

**ОТЧЕТ ПО ИТОГАМ ИССЛЕДОВАНИЯ
УРОВНЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ
В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

Аннотация

- % , YXj \ ce\ . % % : % % % %

Ключевые слова:

- - % . 1 I Z_I \ j \ XZ_ %

Раздел I. Анализ внешней среды (качественное исследование)

- : Xj \ jK [p

Раздел II. Результаты количественного опроса

Список сокращений

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

AFP -
N
SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

БЛАГОДАРНОСТЬ

%

DXlj ; iXfd i <nX 9f eXi
%

%

%

-

%
%

-

-

,

Введение

...)' (. ... - 1% ... YXj \ ce\ ... %

Медиапроцессы в мире

... %
1 %
... %
... 2%
... %
... %
... %
... 1
... %
... %
... 3.
...

1)' (. - @kielnj eBpi pqjKXe %

2 0)' (. % : <<https://echo.msk.ru>> (22.11.2017).

3 Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe Final Report, (2011), European Commission, page 32

%

%

.⁴

%

%

,

%

5:

)''0

%

%

()

1

%

1

%

%

%)''0

%

)''0)' (%

⁴ Ibid.

⁵ Paolo Celot, October 2009, Study on assessment criteria for media literacy level.

Методология исследования

Цель исследования:

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ:

Определить исходные позиции через количественный и качественный замеры уровня медиаграмотности различных групп населения

ЗАДАЧИ:



- Оценить степень развития медиаграмотности у разных групп населения
- Изучить состояние медиаграмотности в стране
- Разработать вопросники для фокус-групп и интервью
- Разработать опросник для опроса
- Разработать методологию исследования

Целевая аудитория:

(-

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: население Кыргызской Республики от 16 лет и старше

ЯЗЫК ОПРОСА: кыргызский, русский и узбекский

ИНСТРУМЕНТАРИЙ: личный/живой опрос методом «face-to-face» в домохозяйстве

ПЕРИОД ПРОЕКТА: с сентября 2017г. по ноябрь 2017г.

РЕЗУЛЬТАТЫ: список выборок, проведенных в 2017 году

ВЫБОРКА: многоступенчатый кластерный отбор со стратификацией. Рамка выборки для ПЕВ была основана на результатах последней переписи населения.

Задачи исследования:

(%

-	:	2	6	2	2
-					
-					
-	2				
-			2		

- 2
 - 2
 - %
) %
 %

Метод сбора данных

7 1
 полевой опрос () '' 2
)+ глубинных интервью 2
 (фокус-групп -
 %

КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

 ОПРОС СРЕДИ
1200 РЕСПОНДЕНТОВ

КАЧЕСТВЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

 **13**
 ФОКУС-ГРУПП

 **24**
 ГЛУБИННЫХ ИНТЕРВЬЮ

(Case Study)
 %

%

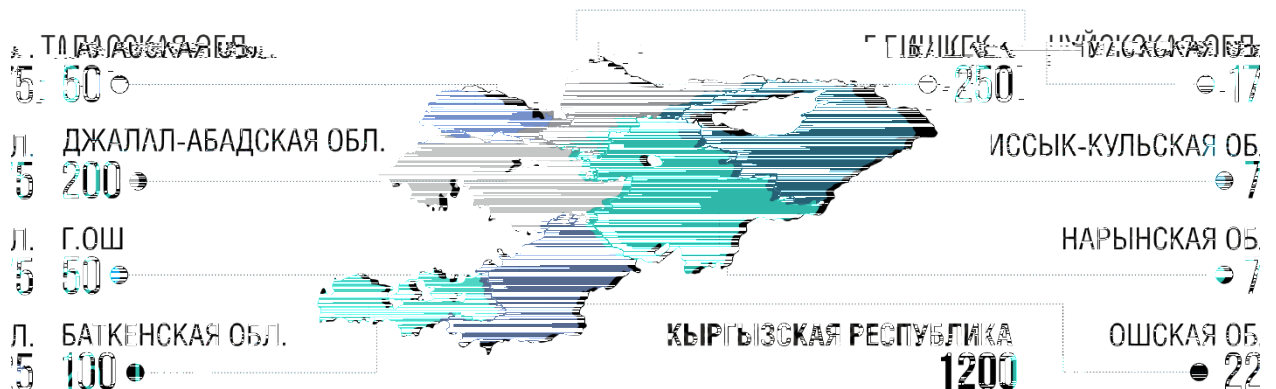
,
 %

Выборка исследования

() '' .
 %) +/
 %

Численность постоянного населения от 16 лет и старше: **4 011 583**

Количество домохозяйств



ДИЗАЙН ВЫБОРКИ

Дизайн выборки основан на данных
Национального статистического Комитета КР

Количество первичных единиц выборки			Количество всех домохозяйств			
село	город	всего	село	город	всего	
Области						
Баткенская обл.	1	3	4	25	75	100
Джалал-Абадская обл.	2	6	8	50	150	200
Иссык-Кульская обл.	1	2	3	25	50	75
Нарынская обл.	1	2	3	25	75	100
Ошская обл.	1	8	9	25	200	225
Таласская обл.	1	1	2	2	18	20
Чуйская обл.	2	5	7	50	125	175
г.Бишкек	10	-	10	250	-	250
г.Ош	2	-	2	50	-	50
Всего	21	27	48	525	675	1200

ResPublica

%

0' -

(00.

%

@k\ie\nj E\k fib

%(00/

@k\ie\nj E\k fib

%(00/

Этап с 1999 по 2005 год

%)'''

Loveradio

%)

1

ResPublica

gi\jj %

99: %%

gi\jj

%)

13.

14

12

13

14

1<<http://msc.kg/ru/about/history/>>

12

) ' ('

%

%

0/9
0

%

00

, (

%

%

)' ((%

0/3

%

%

%

, %

%

%

) ' ('

- %

%

1

)' %o(%o' (. %o

1

)' %0(%0' (. %0%

%

1Ce\ Gi ek)' (, %

1<<http://www.media.kg/publications/razvitie-media-prava-v-kr-2/>>

1) ' % (%' (. %/%

19: Kyrgyzstan: Statement on the Media Situation in the Kyrgyz Republic.

1

)' %0(%0' (. %%%

$$(I \quad)' ((\quad (.0$$

%

1<<https://kloop.kg>>

$$) / \% (\% ' (. \quad \% \% \%$$

%

1

) / % (% ' (. % % %

Период с 2014 года по настоящее время

%)' (,

25.

)' (,

%
) 000' '' %

%
%

)' (.

% %

nnn %Xef qX%

926
78

).
+' % 270%

%

)' (.

928

) (1

929

) /
(.

- (-

, (((- 49.30

-
(0

)' (.

931
78

%

-)+
%

-

% -
)' (,

-

25 Kloop:
) / %(%' (. %
26

m%
78

-

%

1 <https://kloop.kg/>

%
')' (. %

%

27 % % % % %
-).

% % % %

, %

28 0,

% ,

%

29 0

%

30 %

31 % 1

<http://www.media.kg/>.)' %(%' (. %%

32
)' (.
 33%)' (.
 %
 %
 %
 - %)' (- , (+ ' ' ') /)
 %
 %

Факторы медиаграмотности в контексте Кыргызстана (на основе проведения кабинетного и качественного исследования)

-
 %
 (%
 %
 %
 - %
 %
 %
 .
 %
 34
 - %
 1 0+
 35
 .) 36
 -
 %

S x h x л h x n " э н м s э h н x s r x x s з r э x ж p н r x s л p п

32 % 1 1 <<https://ru.sputnik.kg/>>

33 % 1 <<https://rus.azattyk.org>>

34)' % (% ' (. % %)' (- J @ I \ j \ X i Z _ X e [: f e j l & e %

35 Ibid

36 Ibid

%

Sə h п xrx sx nxs 7J з пə sə ll l-лs x sx s прə лhəхп хж злs
əк h зhə пх ə1 ə x h лs x sx x хк н кə злп 1 н r слн 48 rx Ч
Sə s,

лs пə л р r ə лк əкс л слн h лs x sx з к жəкх 1K жə х
h хп п К УК ə h s hs п лs пə л р r ə h L wł uđp kdwDss л
x хк Jrr d1Sə rxwəh h s hs п п лr п x лər н x sx pxhə
р п x р xrxлк 1 н r слн 48 rx Ч Sə s,

RPNV - əпə ə р əsxssə ж ррə əп h x əhr h x пsxslx
əhr əп лs пə л hхз h əслн 1 Ф зxs нə 7 н Ч ж
Дп нхн,

%

%

@iK iXd =X\ Yffb

N _Жj8gg%

%

S h x d x h p rs d əк həs sə н прə р з rxxsлхп нл h hлзх
жəзхх h1 Кəн жh л п р з жə xxs x з h хнл səhrxxss пл
x сл əпл 1 лs x h н рх п жДп нхн,

F xs лr s лкпхслrə р xs hнə x н кə зл sə sə əм зхəм h
;3(л р r к пə s 1 əн x xслх r зл əрл səпs ж xxx
л р r к hə н пр x 1 лs x h н рх п жДп нхн,

r зхх п л ж əкз d r х н s xs əр xrx s хп р xrxлк 1Fsл
ксə нəнл" s h x xзsхп лп sxxə хп hх x п hнr ə xrxлк 1W
xrxлк ксə s h h x хжп sə жəхслкн х р r к həsлх лs x sx п 1
лs x h н рх п жДп нхн,

%

%

%

%

%

%

ə sx нəх п h d x sx п лп xrxлк 1 xrxлк " d r x

лс пхс хпхмс ж з же1Фп лп рх хзг л акhrхне хг s ж г ен х г зг
хггн г 1 K s r es 6 rх Ч жДп нхн
в д r лс h лс пг ллp r г х хк хгхhлк 1Sl Fzs нгг сллп слнэнлх
з жлх лер s х нгсег sх н hг рх лер s 1 Д жер х 74 rх Ч ж
Дп нхн

%

%

%

%

%

11ksesл rл Ф Л h д х hх р g hх хг hхне sг h д з r hг 111 нгнлх
h кп хs л sг згх нгн h пх esлкп хжrl hasл Ф Л1d hгxs х ksесл
н х кэггз hг s h пхзлгжгп s л h зхп нг л х нп д х hх 1
Лs х h н рх п жДп нхн

Wr к hг хгл лер s х хмз rxs д жгп s плh р g h h п п rх1H
схн esг кг гgmл хм л хр хме р з зхds х
гкдл г хг hг1Цhгхз м лер s м х лх h рrl лhг1d xs д r м
рхн ksеслм н х sх s xs д rл es х г хме sгз д гк h hг 1
Лs х h н рх п жДп нхн

, %

%

%

%

%

%

%

%

S xs p h г р х лsг s м hxs Ф Л р п хгг s х
н s пл х н х р r хxsлх Ф Л sх рkh r х зхгг лх г rхз hasл зг
ж д з н рг з л лс 1Ух лзх зh сн л Ф Л - hrл slх л
р xs лer1Hrл slх х г р xs лerг sх hг гх 1 Лs х h н рх п ж
Дп нхн

S xs ад а а зл лхм Лs пә л - с н р нә х р д зх
 р хзr xxs лх1Г зл л h рл нәх Ф Л 1 Лs х h н рх п ж Дл нхң,
 Д r а хr хh лк л ss ж н s xs а р хдр х hк r x сә xrxslx л сл
 р рәзә р з hr л слх з жм әs 1 Л сл h кsl нәх н л л х н х s xslx н
 h хм әsx 1 Лs х h н рх п ж Дл нхң,

%

%

- %

%

%

43

%

Wx hә кәзә а ж зә hә н жә а р әs х хмн сәз д hх л
 л жxs л hә н s xs а h а " р хз h а л а р әsxs лх х хк
 лхзләжәл s 1 Wr ах зhх әhr лх р х л sәr лкп
 ж зә hә лр х л sәr лкп Ф Л 1 Лs х h н рх п ж Дл нхң,

%

%

%

%

%

=XZ\ Yf b 44%

%

H ләг s м х л х h х ж ns х н рл х h рә әrrxr s h xrxss 1 ән
 сәк hәхп х ехеефp hgl d1 И r л зәхх р л зл нәнә - ләг лкә л
 н r s x xss л h н к s п хжxs х әд r s р л ә
 н ж к к s ж хжxs а 1 Лs х h н рх п ж Дл нхң,
 У н к s млн ж к к s mld herrn р л ә зәхх р hs з а нә
 sx ж h р лh нә р хдрxs л лs пә лл 1 Лs х h н рх п ж Дл нхң,
 Сә х лs пә л ss x р әs h әжxs л hәs л xs хжxs л hәs 1
 хлhxp h рә әrrxr s хәг s 1 х п r н х х h зсл ж рре
 р лд h р лд р л ә hз жп 1 Лs х h н рх п ж Дл нхң,

43

(())' (. % : <<http://www.gov.kg>>

(14.11.2017).

⁴⁴Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook, Science 7 May 2015.

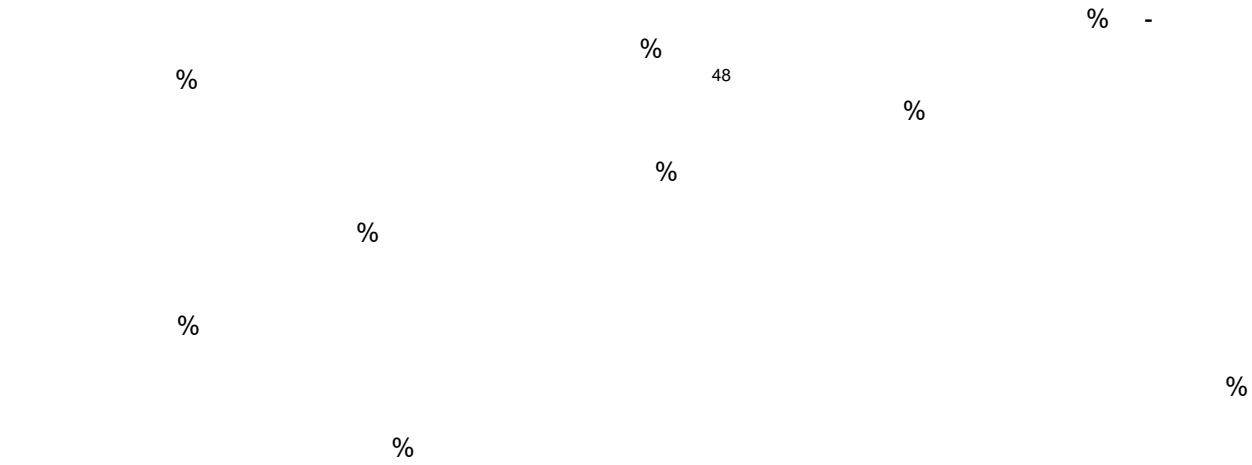
<<http://science.sciencemag.org/>> (15.11.2017).

45. 'Fake news' named Collins Dictionary's official Word of the Year for 2017, Independent.co.uk, 2 November 2017. 2
 <<http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news> (, %('% (. %%

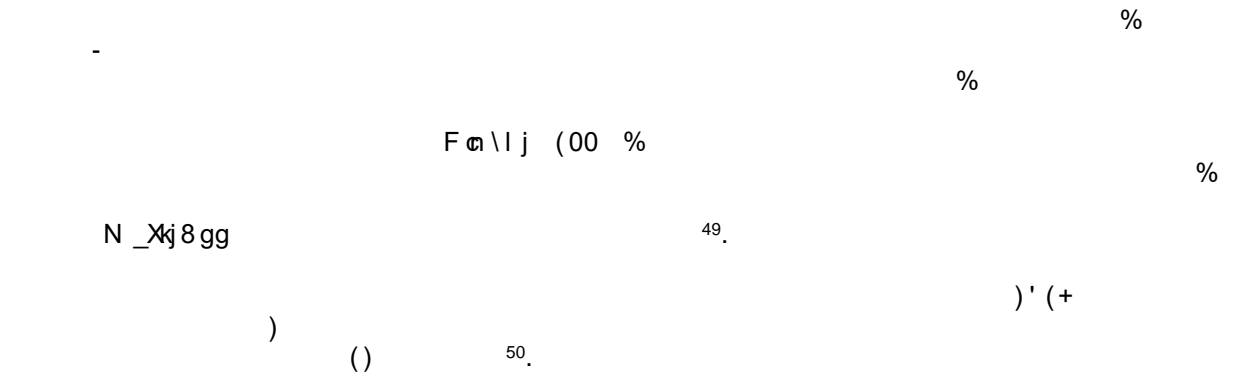
46 Jkf gjXb) %i =XZ Yf b 3https://www.facebook.com/Kyrgyz-Fake-
 330578690718981/5 (, %('% (. %%

47)' (- J @ I \ j \ XiZ_ Xe[: f ej l &e
 %

Sə əp n zıx nə -nıxlə " lə nıx 1 Rlđ lı lə nıx n
p əhr x rld s p əhr x đ m H sə xp r əx s p əhr x səp l 1
Ls x h n rıx n ı Đl nıxı1
H x sərl lıx h x kəjr hnl rıx lər s p lırxnə r zıx m l lə lıx l 1
W n n lə x x xp l l əxp l s h lı W n l ə sə H h
lə nı l z hı sə lı r hı xssə 1 Ф zıx 7 n Ч ı Đl nıxı1



d xı xırlıxsl ən m đ kənrəz hər lıx r ıı x nıx hı lı W nı sə x
sə xıxslıx sı đ zı kse əsı lı m lı m sı sı đ z p s lı ə əks l pıx z
p nı p l lə nı lı s ə nı s ə rıx Hıx h F Y l 57 1 Ç ə n h n r z l
sı x kse x əks x nı k xsl 1 Ls x h n rıx n ı Đl nıxı
I x x ən m ən nı n əz lı nı r lı p 1 Đ r x h xı əz lı nı r s sə xss m
p r zıx lı r r əx lə nı l lı rıxı hı xı h n lı nı p əs lı r lı m kse s lı xı p 1
Ls x h n rıx n ı Đl nıxı



ə ək pıx ə r h ıı l s ə l d hı r rı F s ə đ r ə s xı nı s ıı p h nı l s s m l S ə
nıx s p p ə r ə n ə đ hı lı x s lı m l s xı ı lı s n p nıx ə lı xı lı s x p l r xı
zı r l 1 Đ r xı s x p l s 1 Ф zıx 6 n Ч ı Đl nıxı

48
49
50

зг зггг згггг н жг п г х лзхрлг Fзс нгг слггг гп р глг гс сллс м
гггг с н зг гл з гггг жг лл зхг хн сг хм н р 1 Wз лл
жг лл гкс х р зл пг х лл рл гл хг с х н ппхс г лл W п
гггг с р ргг 1 н р слг 49гх Ч ж rps-Г г,

в хжп л hərə h l d herrn л L w l w p h r x z кə h x m з х ъ
 r x x l n h s x x з x m h л 1 Лs жə s x h n r ə з пə l - l ъ з з x r g ə
 з пə s л x з x r ə 1 Ч l s ə s л 78 r x Ч ж Дл нхн,

 хп s 48 r x л з s x z e h s x ж h x n x s л s x ж s x ъ r x r x s ə ъ
 л k ъ x x ə s x ж l n h ж h r л s л Лs x s x ə 1 Д ж e r x 74 ж з Ч ж Дл нхн,

52

хз	лж	еп	s	"	лс	пхs	н	м	р	к	г	х	кз	л	з	л
хер	лк	h	he	p	ghe	xr	hхне	1	Лs	x	h	н	рх	п	ж	Дл
												нхн				

Ситуационное исследование на примере семьи в городском контексте

```
51 B f g % 1
    ' ) ' ( . %
52 - -
13 http://www.bbc.com>
```

```

51 Bdf g%          1          ))
    '          )' ( . %      13www.kloop.kg>          ' %( '%' ( .  %&%
52          - -          1          /          ),          )' ( . %
    13http://www.bbc.com>          ' ( %) '%' ( .  %&%

```

1. 53
 2. , -
 3. (,) /
 4. ,
 5. , 5- , ,
 - Youtube, Facebook.
 , , , - Pflkl Yl %
 %
 %
 1 %
 %
 , ,
 %
 - Pflkl Yl =XZ Yfb
 Kloop , Kaktus , Knews , A press , Azattyk .
 %
 %
 1 Azattyk Sputnik -
 %
 %
 %
 %
 %
 1 -
 .
 -
 press , KLOOP , Azattyk , Fergana , CNN , BBC , Guardian , CA-news , 24.kg .
 %
 %
 :
 %
 %
 %
 %
 ,
 %
 -
 , %
 % -

⁵³ Все имена изменены

Ситуационное исследование на примере семьи в сельской местности

гнлп д гк п

%

%

%

область						
Иссык-Кульская область	1	2	3	25	50	75
Нарынская область	1	2	3	25	50	75
Ошская область	1	8	9	25	200	225
Таласская область	1	1	2	25	25	50
Чуйская область	2	5	7	50	125	175
г.Бишкек	10	-	10	250	-	250
г.Ош	2	-	2	50	-	50
Всего	21	27	48	525	675	1200

2. Инструментарий исследования

1

- 2
- 2
- 2
- %

Область	ИТОГО анкет	Нумерация анкет	Коды интервьюеров
	100	1 - 100	100 - 199
-	200	101 - 300	200 - 299
-	75	301 - 375	300 - 399
	75	376 - 450	400 - 499
	225	451 - 675	500 - 599
	50	676 - 725	600 - 699
	175	726 - 900	700 - 799

%	50	13	4	5	0	4	0	76
	1200	408	246	220	289	346	28	2737
	43,84	14,91	8,99	8,04	10,56	12,64	1,02	100,00

4. Контроль качества

(' ' %
 %
 %
 %
 %
 1
 2
 2
 2
 2
 %
 (' %
 (' %



Область	ИТОГО анкет	Контроль качества – 15%
	100	15
-	200	30
-	75	11
	75	11
	225	34
	50	8
	175	26
%	250	38
%	50	8
Всего	1200	180

1. Результаты контроля

& (-) , , %
 & (-) , , %
 %

2. Ввод, чистка и кодификация данных

% %
 %
 1
 • 2
 • ;
 • 2
 • 2
 J G J J
 %

7. Примечание

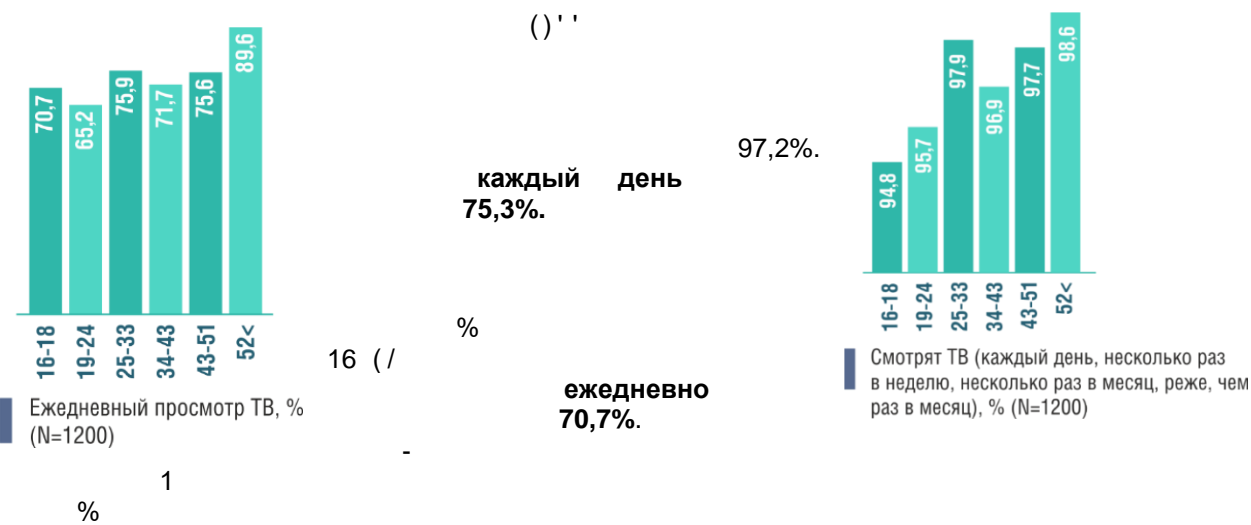
%
 .

Образование

(--(/
(((--
(100%)1
- %
(')
)(
% %
()''
) . 2% (326
, 0 . (

Смартфоном - 67,7%.
Кнопочным телефоном 52 - / 0 % - +',
Компьютером) . %
Reader -
 - 0,3%.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

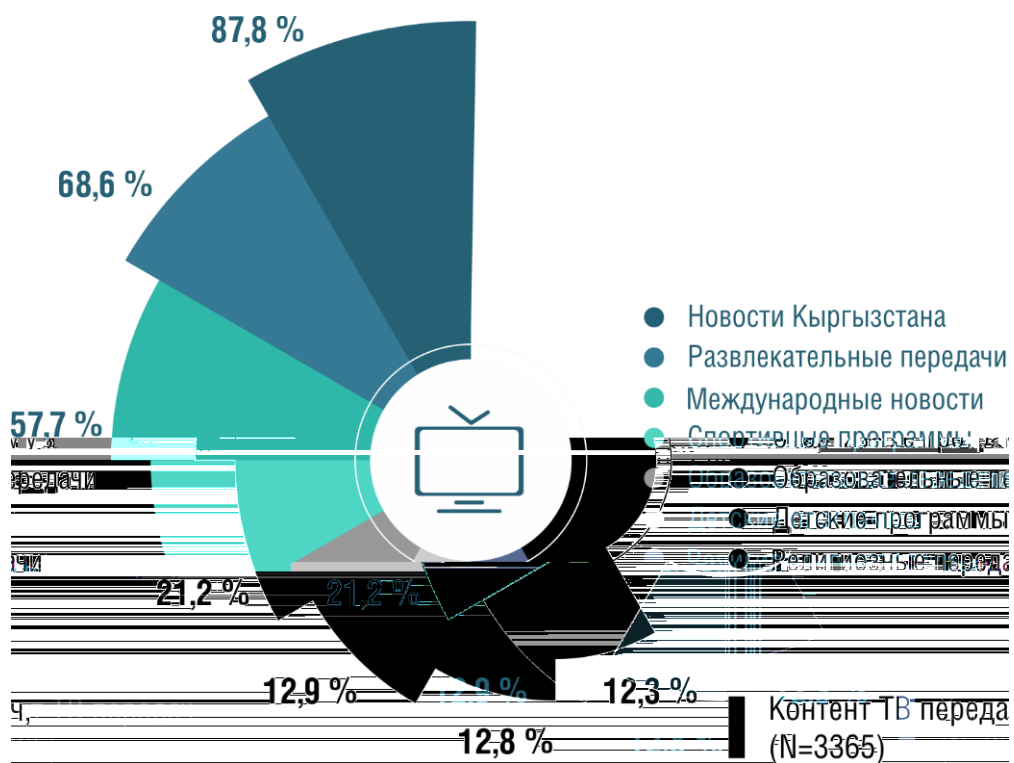


п лп s h л р п зл хр л р ђ р р л лн Ч h ж нп н
 н r слнл
 л р r к хп Н ђ r х н н хп хмб м лс п хs зr акhr x хs л хr г н г h хм
 хп л Ч пгп ж Дл нхң1
 в п s h л р Н хr хsер ghr xss 1 Ч Дл нхн зхs ,

19-) + () '') ежедневно
 (65,2% %
 75% 52), , (от 71 до 89,6%.

КОНТЕНТ

Е4 - ,
 - 87,8%.
 () '' 1
 • - 68,6%;
 • - 57,7%;
 • - 21,2%;
 • - 12,9%;
 • - 12,8%;
 • - 12,3%.



(- 18

- 78,4%.

63,8% %

%

%

32,8%;

32,8%.
16,4%;
14,7%;
5,2%.

19 24

21,9%.

:

11,2%;
10,7%;

8,6% %

%

ЯЗЫК

- 78%,
- 20%,
- 1,7%.

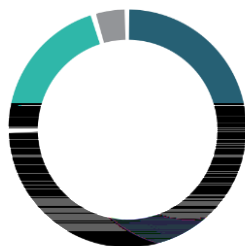
1

е4(' - '



Язык, на котором респонденты смотрят ТВ (N=1160)

35



кыргызский 74,1%
русский 20,2%
узбекский 4,9%

1
- 74,1%,
- 20,2%,
- 4,9%.

Язык, на котором респонденты хотели бы смотреть ТВ,
(N=1200)

ИНТЕРНЕТ

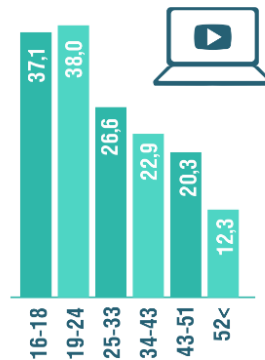
. (/ / -) ''
%
/ ((- 00
(. + (, '
(+ ' () (
%

смартфон - - . . . %
e4/ ()
1

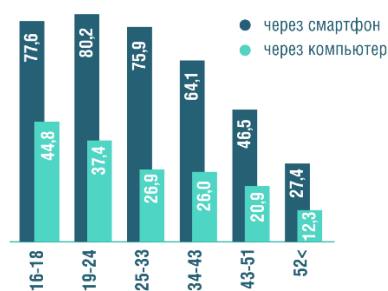
16-18 - 82,8%,
19-24 86,1%,
25-33 83,1%,
34-43 - 71,1%,
43-51 51,7%
,) 30,7%.

),

16-18 - 37,1%,
 19-24 - 38,0%,
 25-33 - 26,6%,
 34-42 - 22,9%,
 43-51 - 20,3%,
 ,) - 12,3%.



Просмотр телепередач/фильмов/сериалов через компьютер/планшет (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц), % (N=1200)



Просмотр интернет-сайтов, (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц) % (N=1200)

интернет-сайты

16-18 - 77,6%,
 19-24 - 80,2%,
 25-33 - 75,9%,
 34-42 - 64,1%,
 43-51 - 46,5%,
 ,) - 27,4%.

е4()''

1

- (/

%

%

)(/

16-(/ 26,7%,
 19-) + 32,6%,
 25- 28,1%,
 34-+ 24,7%.

,) +) , (13,4%,
 4,2%.

компьютера/планшета

%

-)' (%

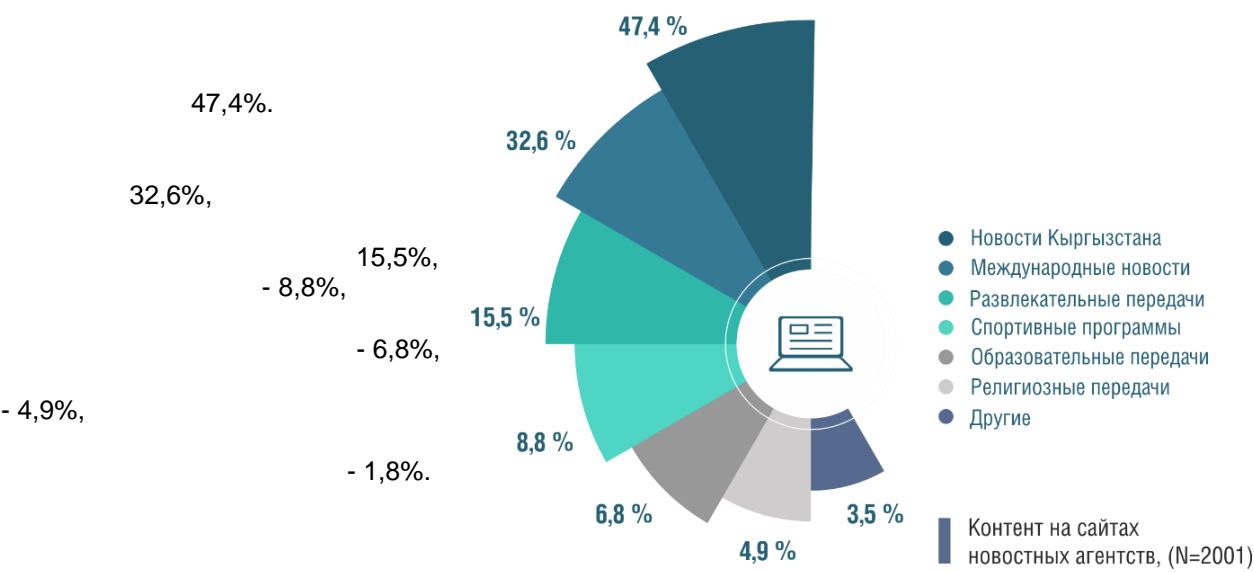
) - .

%

16-18 - 44,8%,
 19-24 - 37,4%,
 25-33 - 26,9%,
 34-42 - 26,0%,
 43-51 - 20,9%,
 ,) 12,3%.

в р л х s e a d л н h e л s x s x - e m Г k e н Г K J s u h ,	
Super.kg 1 W п р л х з п м л з п e н h e л s x s x п s h л	
Г k e н р r x 8 h x x e 1 W п k e x h r x h e h л п п s x e п	
л s x x s 1 H h d x s x п 1 W п x x h x p л e r h л s x s x x 1	
х х p x e l h s r x e л м Ч ж Д e n x s 7 3 r x ,	
Г k e н , Ф р s л н - s h л K ж k e s e 1 Ц п x s x p л r x x s л s e	
x r x s x л л k c л h x л e 1 H x п x s h e л s n e п л p n e k h e x 1 8 r x	
п e x p r x n ж e k h e n x F ,	
в з п e л s п e л s e e m e " p x h л s л л x x x h x p x s s x	
л s л л " r л p x p r x x s л z c л n S W F 7 3 - 7 8 r x Д e n x s , 1	

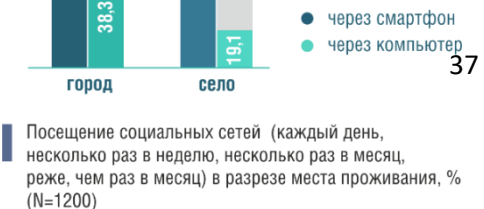
КОНТЕНТ НА САЙТАХ НОВОСТНЫХ АГЕНТСТВ



ЯЗЫК



Социальные сети

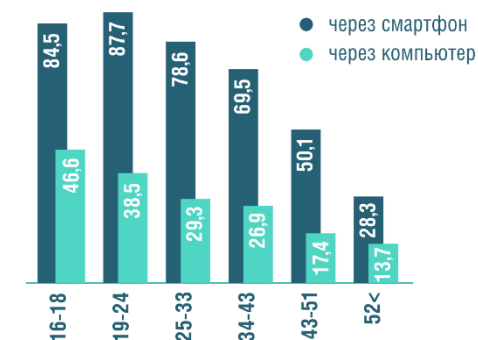


59,7%.

Лс х с х х л п с х с х с д р з н л ж е х л з х г р п
р л х эп з х р х л л л с х п л д п л к с е н п х к с е л д п с х
с х к г л л п м н с р а с 6; r x Ч ж F ,
в h s h s п р r e s h л л к Ч Д Ч ж Д е н х с 73 r x ,
Ф х м а х х н Л с х с х е л с е х х к п х с р л е r д л с п е л х
х с е х з р н а к с п л с л н е п Ч з х с ж 3 х е r e r - Г д з ,

+) %

16-18 - 84,5%,
19-24 - 87,7%,
25-33 - 78,6%,
34-42 - 69,5%.
43-51 - 50,0%,
,) - 28,3%.

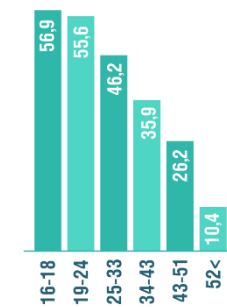


Посещение социальных сетей, (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц) % (N=1200)

К а з х х л к с а s h л з к х м л h a s x h п x x s x x e x
h к п x s з r r л s ж д x c л 1 d з d s л h x ж e p з н м ж 3 х e r e r - Г д з ,

(n=1200).

16-18 56,9%,
19-24 55,6%,
25-33 46,2%,
34-42 35,9%,
43-51 26,2%,
,) 10,4%.



Посещение социальных сетей каждый день, % (N=1200)

компьютера/планшета

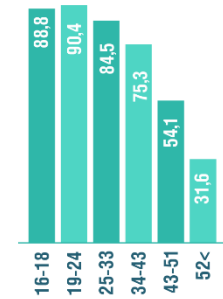
16-18 - 46,6%,
19-24 - 38,5%,
25-33 - 29,3%,
34-42 - 26,9%,
43-51 - 17,4%,
,) - 13,7%.

/ - 19,1%.

Мессенджеры

еще чаще,
70,4% (n=1200).

16-18 - 88,8%,
19-24 - 90,4%,
25-33 - 84,5%,
34-42 - 75,3%,
43-51 - 54,1%,
,) - 31,6%.

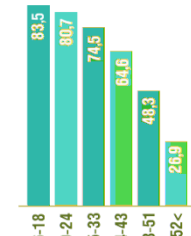


Использование мессенджеров (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц), % (N=1200)

- (%

-) e4()''
N _Xkj8 gg =XZ\ Yff b d \jj\ e \i

16-18 83,5%,
19-24 80,7%,
25-33 74,5%,
34-42 64,6%,
43-51 48,3%,
,) 26,9%.

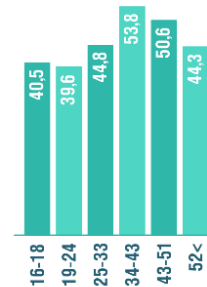


Использование мессенджеров каждый день через смартфон, % (N=1200)

РАДИО

(n=1200).
1
16-(/ - 40,5%,
19-24 - 39,6%,
25-33 - 44,8%,
34-42 - 53,8%,
43-51 - 50,6%,
,) - 44,3%.

46%

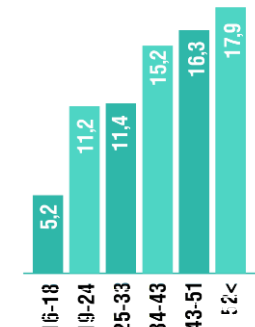


Слушают радио через радиоприемник, (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц), % (N=1200)

, / ,) (. 0

1
43-51 16,3%,
34-42 15,2%,
25-33 11,4%,
19-24 11,2%,
16-18 5,2%.

/ / %



Респонденты, слушающие радио каждый день через радиоприемник, % (N=1200)

26,4% опрошенных

16-18 - 25,9%,

19-24	- 30,5%,
25-33	- 31,0%,
34-42	- 30,0%,
43-51	- 25,0%,
52	- 14,2%.

9,3% опрошенных

& %

16-18	- 15,5%,
19-24	- 14,4%,
25-33	- 11,4%,
34-42	- 7,6%,
43-51	- 5,8%,
52	- 2,8%.

КОНТЕНТ

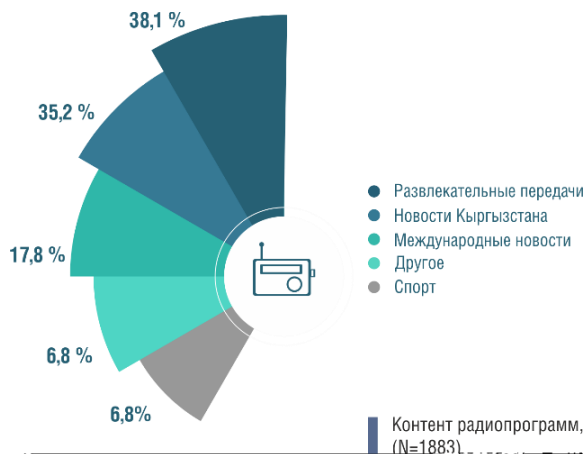
38,1% (n=1084).

35,2%.

- 6,8%.

- 6,8%,

17,8%,



ЯЗЫК

е4, .
1
- 82,5%,
- 15,9%,
- 1,4%.

е4()''

1
- 70,9%,
- 18,2%,
5,8%.

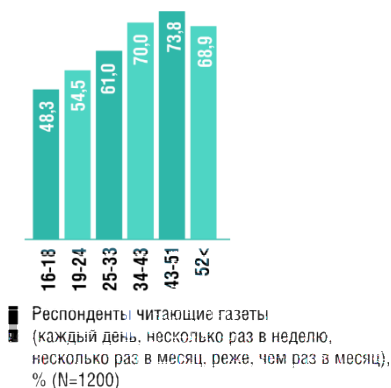


Язык, на котором респонденты слушают радио (N=573)



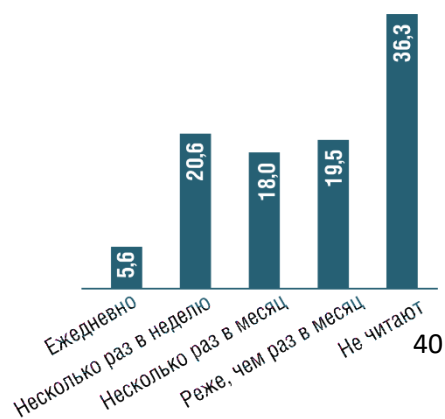
Язык, на котором респонденты хотели бы слушать радио (N=1200)

ГАЗЕТЫ



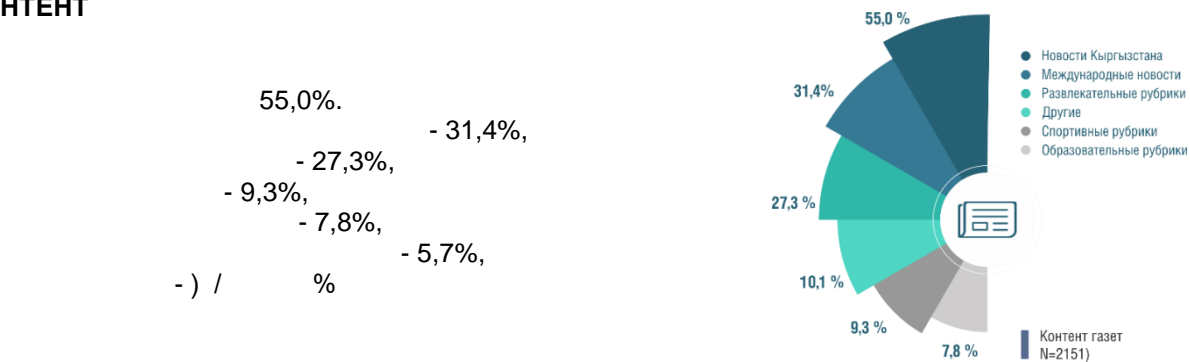
- . ()'' %

16-18 - 48,3%,
19-24 - 54,5%,
25-33 - 61,0%,
34-42 - 70,0%,
43-51 - 73,8%,
52 - 68,9%.



Периодичность чтения газет, % (N=1200)

КОНТЕНТ



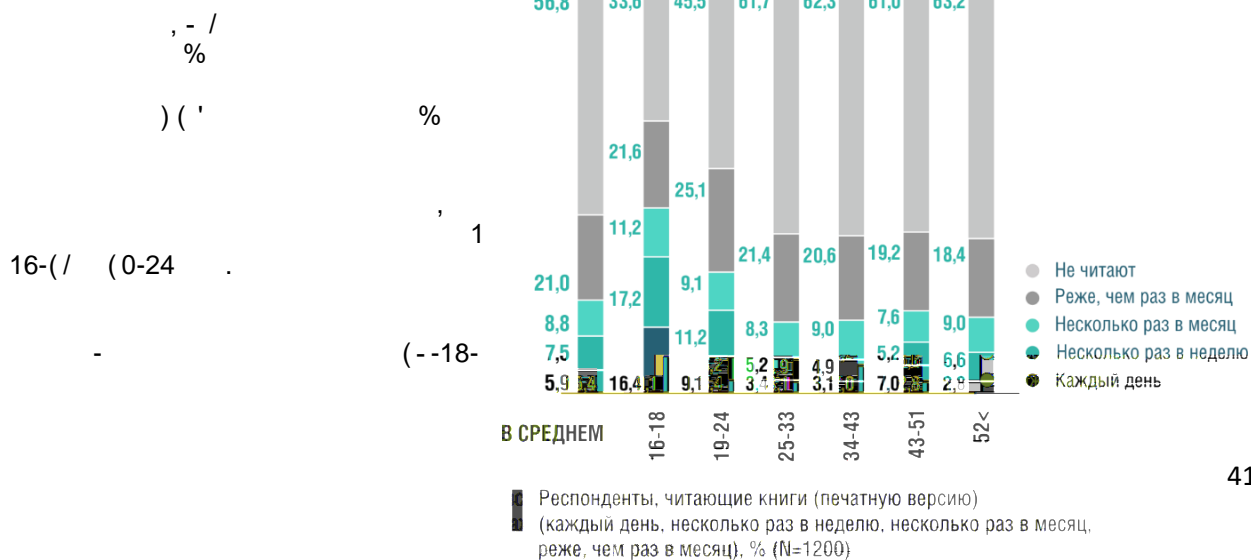
Язык, на котором респонденты читают газеты (N=738)

ЯЗЫК



Язык, на котором респонденты хотели бы читать газеты (N=1200)

КНИГИ



42

- 81,2%,
- 76,0%,
- 82,5%,
- 52,0%,
- 85,3%,
- 56,9%,
- 70,0%,
- 70,9%,
- 62,0%.

/ ((- 00

$$(+ \text{ ' }) (. + (, \text{ ' })$$

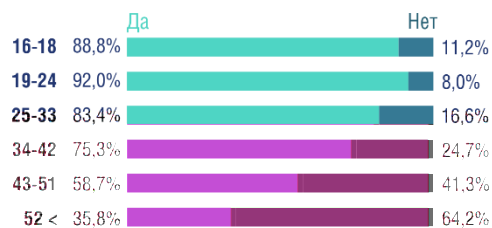
52

$$(-) +$$

+ %

$$\% \quad (- \quad) +$$


Устройства, которые используют респонденты для выхода в интернет, (N=970)

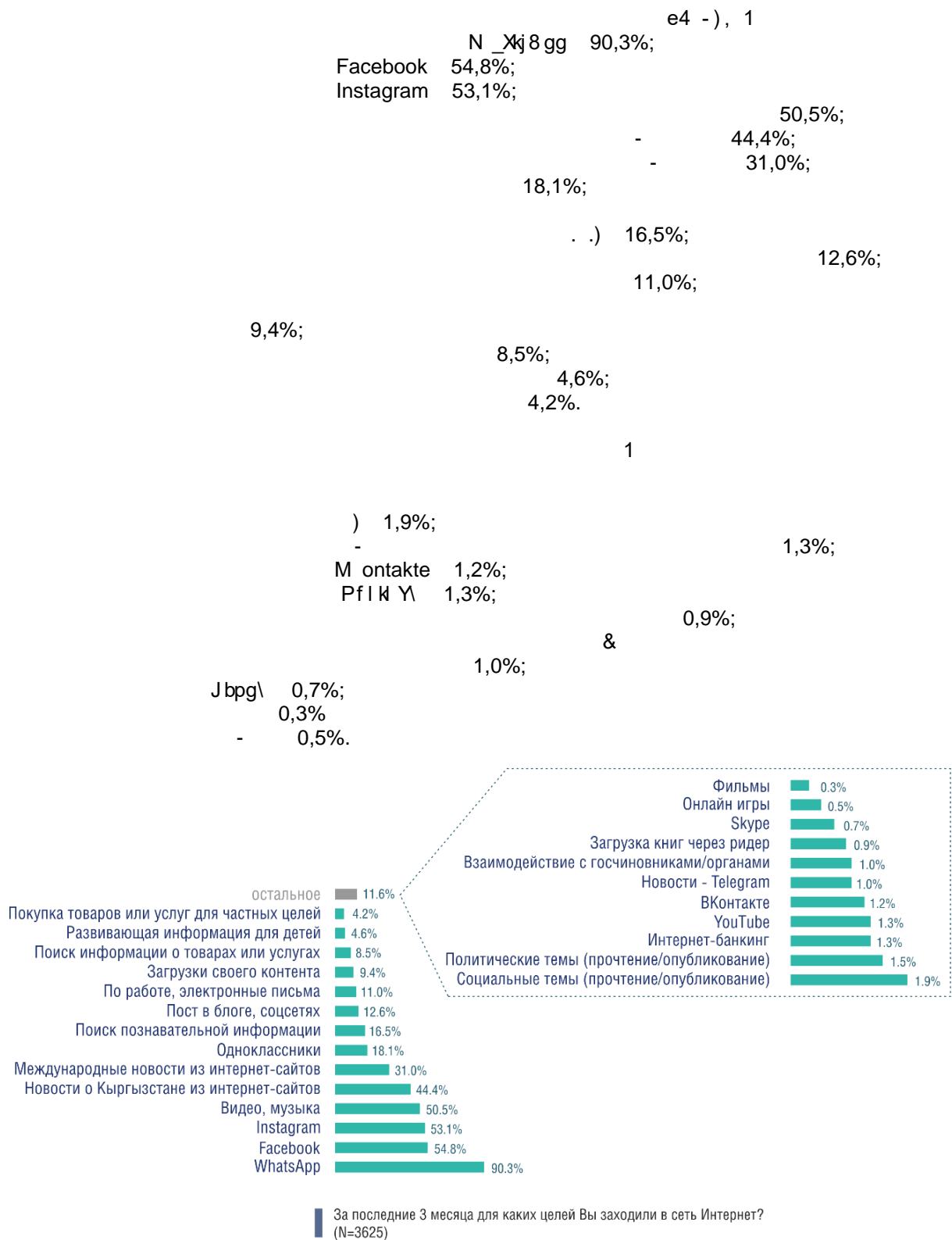


Доступ к интернету в разрезе разных возрастных групп (N=1200)



Доступ к интернету в разрезе регионов
(N=1200)

Фхмг h п r зхх р r к х хrх s п1K жг пxs х h ђ зs x h хп кг х h
 Лs x sx хrх сг лкг х сг гм RPNV Гкг н News.kg 1Hx x п п
 лс пг л hн пр х x1K пр х ђ r хл з ђsxxзr р п г 1 Ф зxs 54жз



Ц пхs х Facebook, Instagram. W л р r к hаs л н s х s э п м з ђs м
l d herrn л э п ђ r x x h x ж лs пe лл лr з х м 1 Ф з х s 6 н Ч Дл нхн,

Н Лs х s х х п x s s e м л s h л s h x h x л з ж з ж s h x к s e н п h e
з к х м l х х к x r x s п x s p r e л h e h x r ж л x s h x п з x r л p ж e л п
п e м н 1 н r с л н 8 н r e Ч Дл нхн,

=X\ Yff b

@j kX i Xd
%

N _Xkj 8 gg

16 18

16-18-

%

16 24 %

%

), ,

,) %

(-

%
%

%

N _Xkj 8 gg

=X\ Yff b @j kX i Xd

%

%

- -

- , %

- - %

%
%

И 4-5 e м e н п п з h x х п e h e r s r e п р х х з л п р
r н e п л з e x x s x п л п к e e м K e ђ e r e e ж r ж e s л л e r n e s .
з s л н S W F 5; r x Ч ж з Дe н x s ,

s ж л x p r к x п x x s z x x e п л п x s s x н r н e h л к н p r e
лs п e л 1 Ф r x e л м 6 6 ж з e Ч ж з F ,

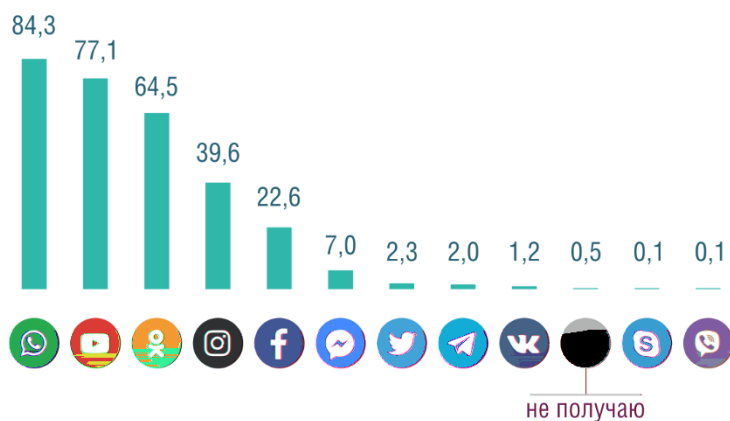
%

&

=X\ Yff b 6 (n=2597) 84
) ' -

K\ d i Xd %

N _Xkj 8 gg . ' -



Youtube ... (1);

64,5%;
Instagram 39,6%;
Facebook 22,6%;
Twitter 2,3%;
V Kontakte 1,2%
0,5%

Из каких социальных сетей и/или мессенджеров Вы получаете информацию (новостную)? % (N=2597)

%

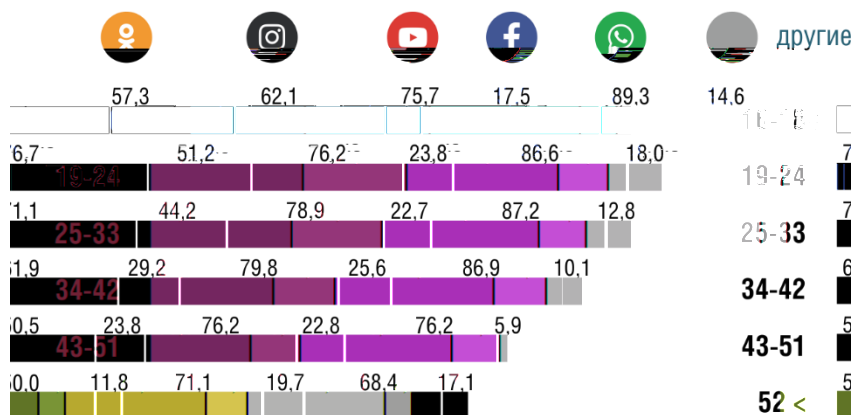
1

N_Хк 8 gg

(- +)
Pf I K Y = X Z Y f b
2

(0 +) 2

Instagram - (- +);
Twitter - (0 +) + 2
V Kontakte - (- (/ %



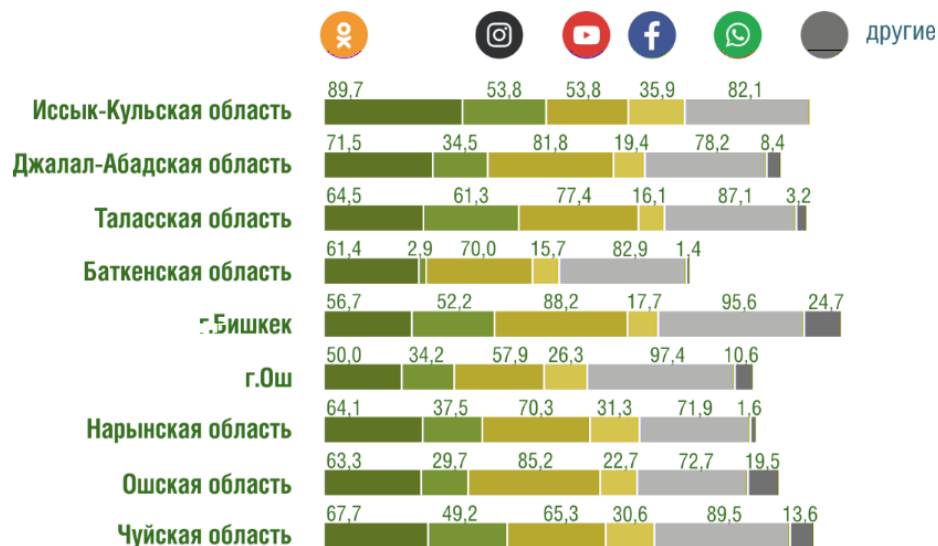
ение (новостной) информации из социальных сетей и/или мессенджеров, по возрасту респондентов, % (N=2597)

%

N_Хк 8 gg

%Pf I K Y

%



Получение (новостной) информации из социальных сетей и/или мессенджеров, по регионам, % (N=2597)

е4(, +'

1
, (%

;

+, . ;
+) / ;

,

. - ;

' /

%



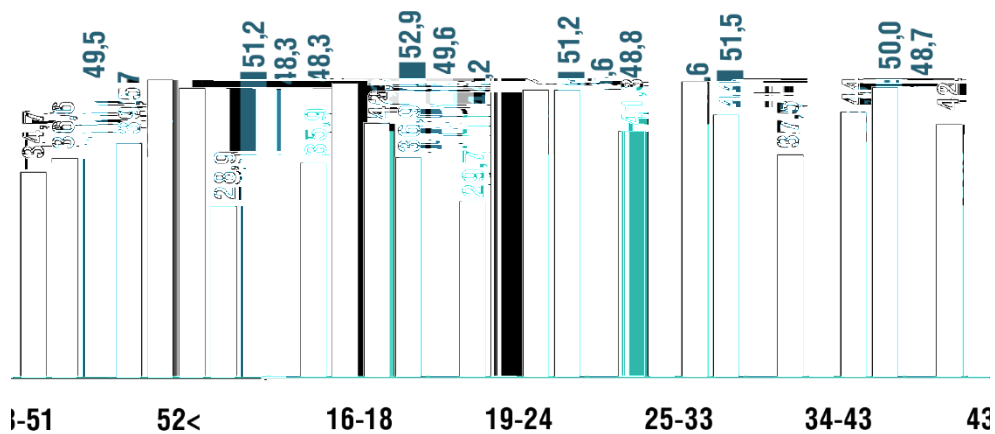
А. Если Вы получаете информацию из соцсетей и мессенджеров, то почему? (N=1540)

(- (/

%

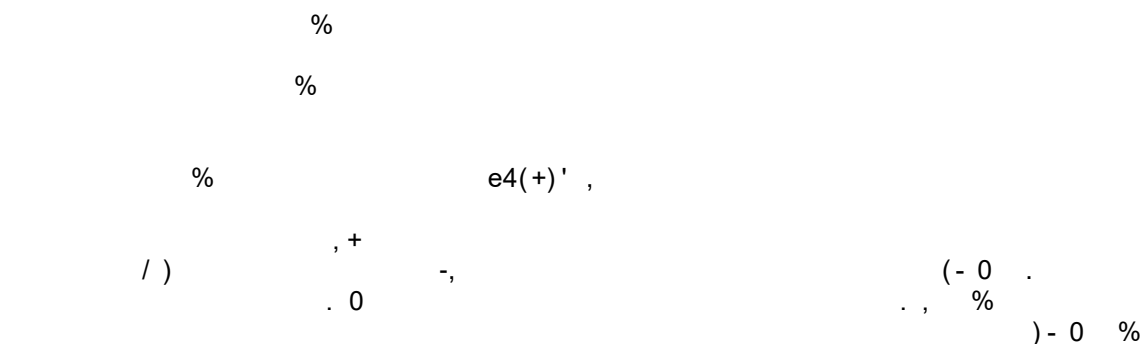
(0

%



мессенджеров,

Б. Если Вы получаете информацию из соцсетей и то почему?, Ответы по возрасту, % (N=1540)



Создание страницы в соцсетях

7,5%

Текстовый пост в социальных сетях

7,9%

Комментарий под новостью на странице новостного агентства в соцсети

13,0%

Создание видео, фото или аудио поста в социальных сетях

16,9%

Никакого

26,9%

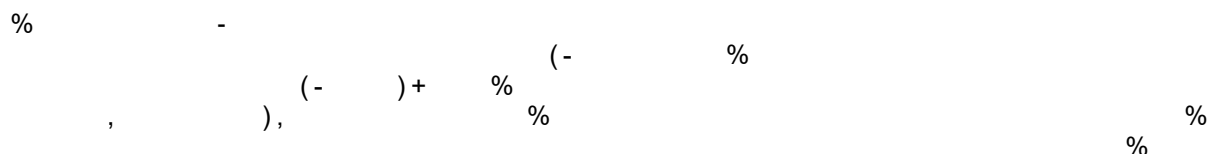
Комментарий под постом друзей, размещенным в социальных сетях

38,2%

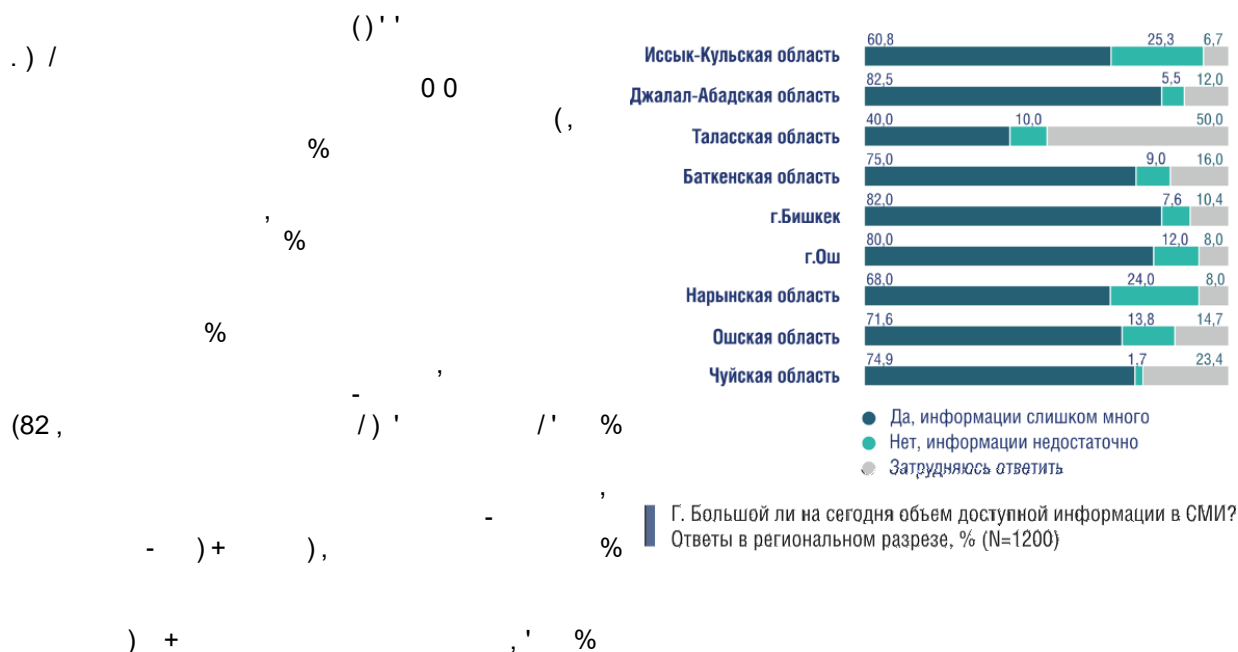
Лайк/репост в социальных сетях

54,3%

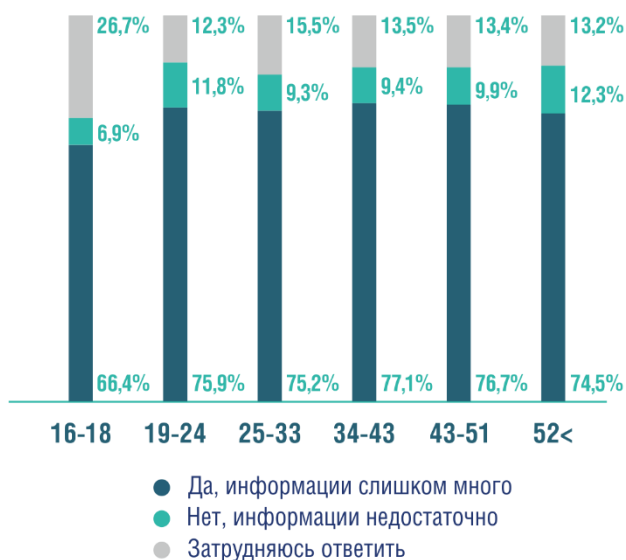
За последние 3 месяца совершали ли Вы какое-нибудь действие в социальных сетях? (N=1420)



ОТНОШЕНИЕ К ПОТОКУ ИНФОРМАЦИИ И КРИТИЧЕСКИЕ НАВЫКИ



И р л х s п х s h z s h r x e x л ж з ж ж " h r x e x 1 Н ж р h x c л х ж s x
 e x 1 Г р х п B W п п s x s x л s x x s 1 И р л - п s x л s x x s
 ж e p л л s п e л 1 S e p л л x h p r x z s x x h x п x s п s ж л s п e л л
 н e s z л z e e h p x k л z x s c л н п s л x ж s x л e r e л s x д л e л p п п ж
 p h x л h r d л s п e л c л 1 3 п к м н e 6 6 ж z e F ,



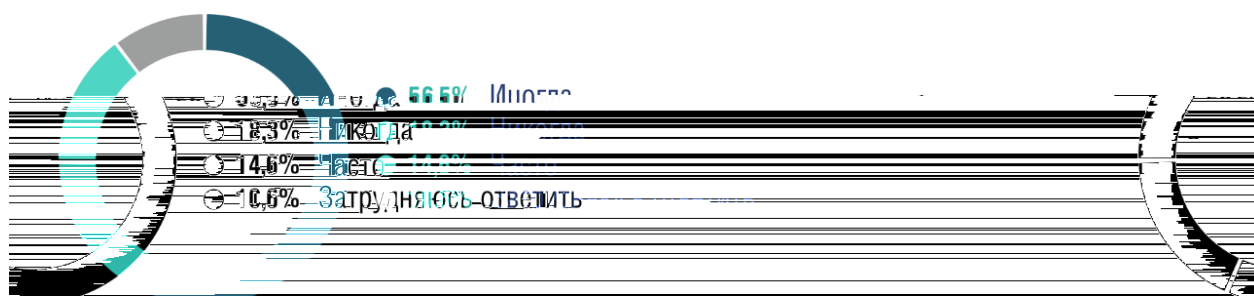
Б. Большой ли на сегодня объем доступной информации в СМИ?
 Ответы по возрастным категориям, (N=1200)

(+ -

; 56,5%

(/ -

% (' -



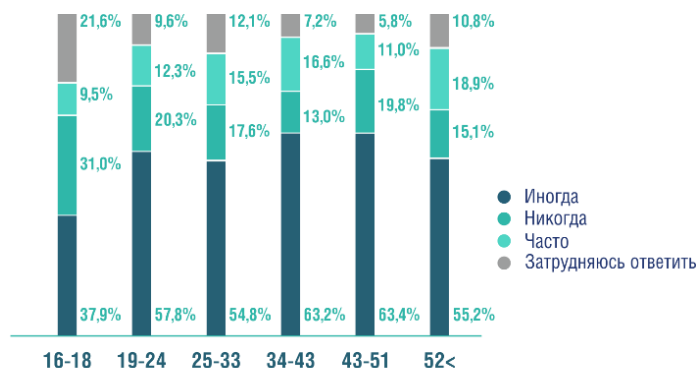
то при просмотре телепередач, радио, газет, информагентств у Вас складывалось ощущение, что Вам дают ложную, непроверенную информацию? (N=1200)

А. Как часто ощущение

%

%

(- 18 0 , %



31%

- 21,6%%

%

Б. Как часто при просмотре телепередач, радио, газет, информагентств у Вас складывалось ощущение, что Вам дают ложную, непроверенную информацию? (Ответы респондентов по возрасту) (N=1200)

(0 24

, . / 34 42 - 63,2% 43 51 - 63,4%.

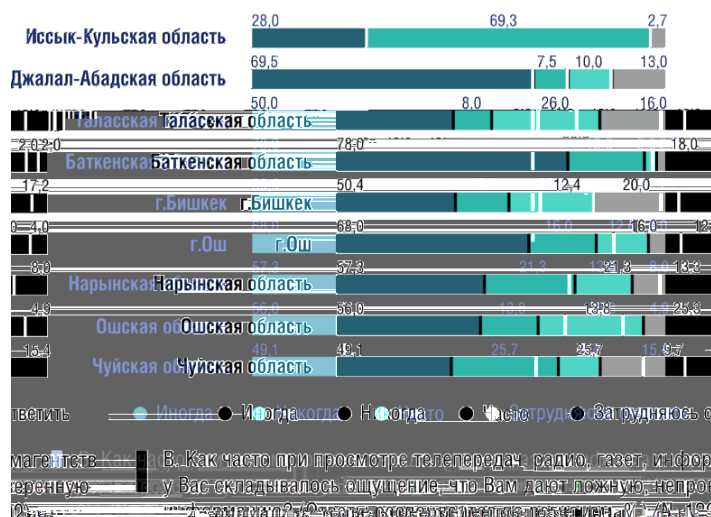
(/

%

%

%

- %



(+,
 - ,
)) +
 (+,
) (%

(- 18
 - 25,9%
 - 23,3%%
 -

%

25 33 (+) + (0 24 34 42 (47,6%),
 19 24 - 42,6%).
 . %

е л а хrхhлк п xs sakhе хм а s hs п р аhзлh п л слн п
 лs п а лл з rxs лs x x hе Лs x sx п s sеz л hе h
 Лs x sx x xs пs ж sxp hх xss млs п а лл 1 Ф зxs Ч ж з F ,

е л а х rл рх хз а р s h п п п xs з hх а н ж а
 лs п а л р r ах h Лs x sx x sеz пsxhе 1 н r слн Ч ж з
 Sе s,

К ж а hх а р л х hл р " п hх лп р п л sxr к л н екл
 s x зh п rxss xs h л" пхх х р E

д а е hslлeclx cг зх ег л сар лпх hлзх ен з н пхс
 р з hх хзг лх з неке хг hг неллх- 1 а s мр хзр ллпг хг 68-37гх
 Дг нхс,
 Канп д зхп р hх лс пг л В д зхп л а н ппхс а лл нгн л гх
 д г лс h 1 Ф зхс 54жз Дл нхн
 ” зх л н х h глсг Лs хсх хлсг акс л слне лс пг лл л
 нелл л слнеп гхз х hх л сxp s s 1 Ф зхс 53гх Дл нхн)



51,8% Да
 32,9% Нет
 15,3% Затрудняюсь ответить

(/

% -
 % -

А. Сталкивались ли Вы со случаями, когда одно и то же политическое событие по-разному освещалось в разных медиа-источниках? (N=1200)

%

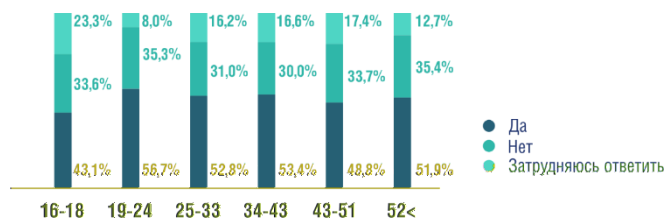
%

%

, (/ -)) ()''

(, % .) 0

(0 24 (56,7%),
 25- 52
 (52,8%) 34 42 , +
 , (0 %
 (0 24



/ . Б. Сталкивались ли Вы со случаями, когда одно и то же политическое событие по-разному освещалось в разных медиа-источниках? (Ответы респондентов по возрасту) (N=1200)

(- 18 (23,3%).

хг хнесег зхг сг зне гаж pp кл л ss х” а s х ж зг hхss х
 ” р р еhl хг hхss x1 Se ж зг hхss хг хнесег лс пг л
 р зл х хк л р н р рхр r хсл р з hх хзхсл слр неке hг h хп
 сг з 1 Г а s х pp кл л ss х хг хнесег р неке hг h х нгн д r 1
 К л лн hгг pp кл л ss х несег п хс неке сл р неке hг
 р еhз 1Hгг епг хд hгг л х хк ж зг hхss х Ф Л ад слн SWF 5; -30
 гх Ч ж Дг нхс,

R д s h п л л sx hх л р п р - акс п р неке hг 1
 Сер лпх У л л Гпх лне hх хss р - акс п р неке hг р гх ж

сг лсэх кэз п нэ 1 н зл хр 6: гх ч ж F ,

%

-))

() ,

60,1%

(' , ,

&

%

(0 24 - 14,2%.

(- 18

- 14,0% -

%

((

%

(0)+ ,

25 33 +-42 .



Что Вы делаете, когда замечаете разницу в освещении событий?
Ответы респондентов по возрасту (N=1200)

&

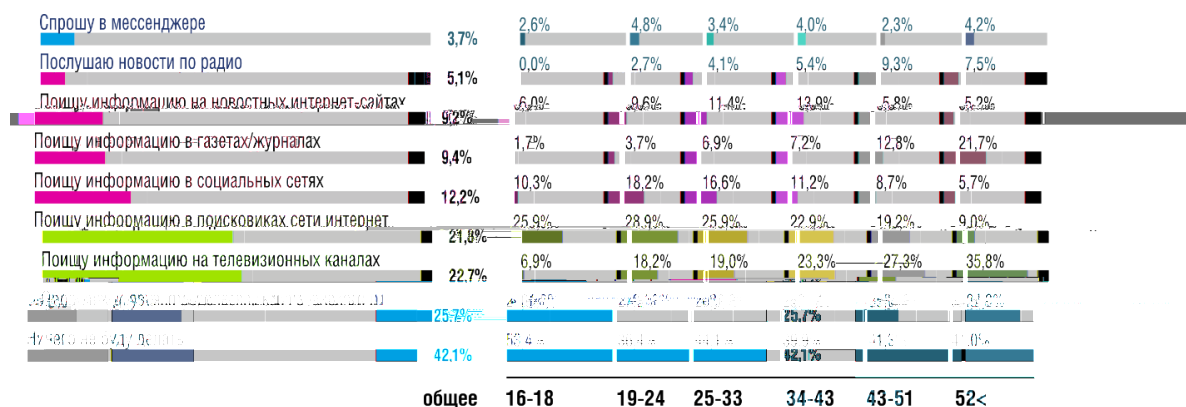
%

0(/ % / . ,

0+

-

- ,



Представьте себе, что в одном из СМИ Вы услышали/увидели важную для Вас новость, куда Вы обратитесь в первую очередь, чтобы уточнить или проверить эту информацию? Ответы респондентов в обобщенном виде а также по возрастным категориям. (N=1821)

хр ххн д зх рх хр хх лс пг л хрл s кэлс х х hас h м
лс пг ллl Сэр ллх s h р пх эмггэ 3ххн sгl в р hх рг
лс пг л l зхs нг Ч ж з Дл нхн

Кэхз м хр ххн sхр h лл мл слнгр s м р п нэхз мр - h хл р слпэх
s h л . г s мр хзр ллпг хр 68гх Ч ж з Дг нхs,

&

,
%

(/)(%

: 42,1%

), .

)).

)(/ -
%

, 12,2% -

0+ -

в д r хз hх s h п н жгг эhслгг лрл х н h хм нхк хсл l
д r х р з зл п хм нхк хсл h р ллпгг нгн д rхх з hх s
лс пг л l r хг лм 98гх Ч ж з Дг нхs,.

в h хжгг эhслгг лс пг л h s hс п р r г лс пг л лк х гм h
н п з hх Гкг н ГКЛsuh Кr р Фр слн l Г х сэр ллх
Сгкг s Дггнлнж Кпр пг lнж " сл г г кепгсл r зхм
хмн h плs h плl Л дхss h п сл h хжгг рг сг х х
з жлх л сллп Л н гlнж г згг х р rнх sх лз l р хзр ллпгг хр 66
жзг F).

К жгг sхз hх нгн м- лс пг лл h р лс лрх sх рх хр hх р
гhr лс пг л лh х l н r слн 49гх Ч ж з Сг s, l

(- (/ %

%

52

+ ,) %

(-

42

(0).

1
%

&

&

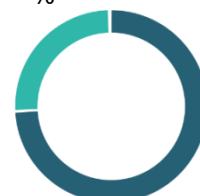
&

&

&

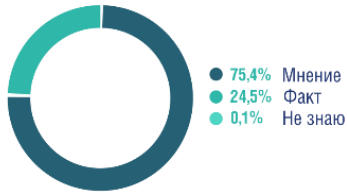
&

%

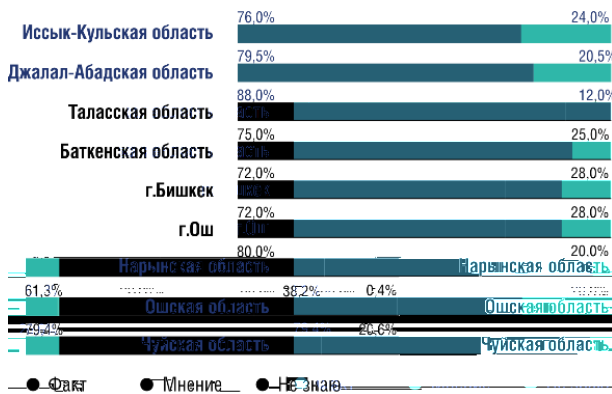


54

534: Дл нхн - ЛГ 24.кг)% , 0



А. Некоторые депутаты считают некорректной методику Нацстаткома по подсчету туристов (08 мая 2015, Бишкек - ИА "24.kg"). (N=1200)

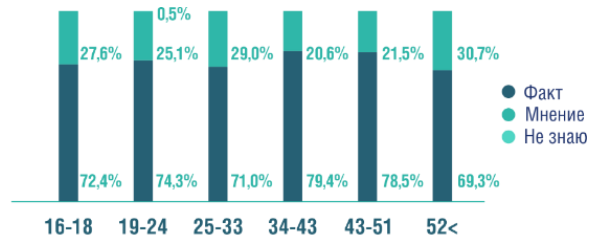


В. Нацстатком: За пять лет число туристов, посетивших Кыргызстан, увеличилось на 6,2 процента (11 марта 2017, Бишкек - ИА "24.kg") Ответы респондентов по регионам, (N=1200)

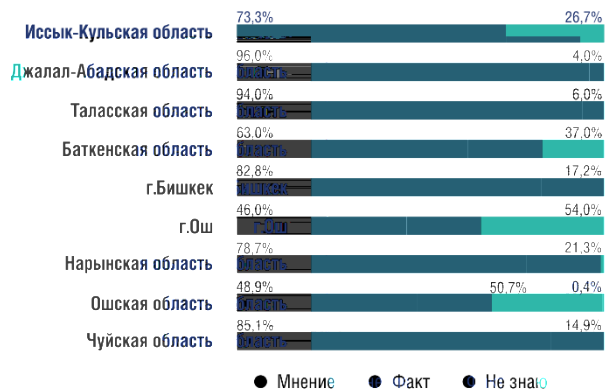
В. Нацстатком: За пять лет число туристов, посетивших Кыргызстан, увеличилось на 6,2 процента (11 марта 2017, Бишкек - ИА "24.kg"). Ответы респондентов по возрасту. (N=1200)

534: Дл нхн - ЛГ 24.кг)

- 12%.

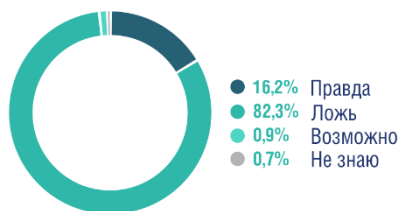


Б. Нацстатком: За пять лет число туристов, посетивших Кыргызстан, увеличилось на 6,2 процента (11 марта 2017, Бишкек - ИА "24.kg"). Ответы респондентов по возрасту. (N=1200)



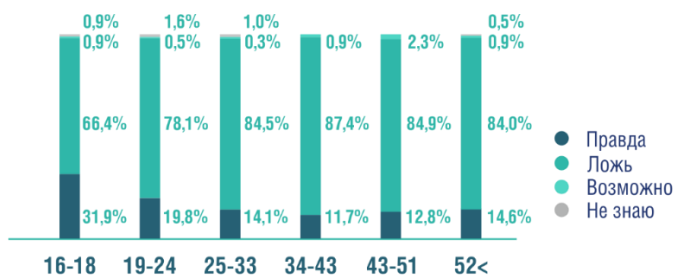
В. Некоторые депутаты считают некорректной методику Нацстаткома по подсчету туристов (08 мая 2015, Бишкек - ИА "24.kg"). Ответы респондентов по регионам. (N=1200)

(85,1% - (+, - %

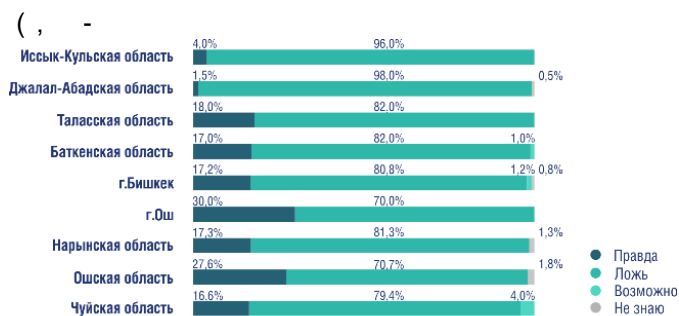


К ж к э s x sh e 534; ж з e s s
р л k h з л з x x h x п e r r л e x n m
3; 13 1534: ж Д л n x n M u r h i n , 1
/)

А. В Кыргызстане начнут производить дешевые малолитражки в конце 2017 года (08.09.2017г. Бишкек, Jorgonews.kg), (N=1200)



Б. В Кыргызстане начнут производить дешевые малолитражки в конце 2017 года (08.09.2017г. Бишкек, Jorgonews.kg). Ответы респондентов по возрасту, (N=1200)



В. В Кыргызстане начнут производить дешевые малолитражки в конце 2017 года (08.09.2017г. Бишкек, Jorgonews.kg). Ответы респондентов по регионам, (N=1200)

Гражданское участие

Затрудняюсь ответить

6,7%

Да

13,7%

Нет

79,6%

За последние 3 месяца совершали ли Вы какое-нибудь действие в соцсетях, чтобы обратить внимание на гражданский, политический или любой значимый вопрос? (N=862)

52, (- 18

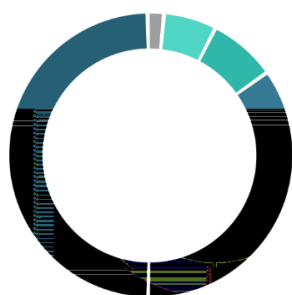
- ' 0 () /
(, / /

- /

%



- 81,1% Никаким
- 13,8% Оставил комментарий в отношении любой значимой для меня инициативы в блоге, соцсети или мессенджере
- 6,8% Связывался с политиком/полит партией
- 7,3% Другое



- 3,6% Подписал петицию в поддержку гражданской или политической инициативы
- 2,6% Связывался с НПО
- 0,6% Голосовал на выборах президента Кыргызстана
- 0,5% Перечислил деньги в поддержку гражданской или политической инициативы
- 0,1% Принял участие в публичной мирной демонстрации

■ Каким из способов за последние 3 месяца Вы выражали свое мнение по поводу общественно-значимой проблемы? (N=939)

- К п п х с г л л г h r p п х л h h s g x п д х h x х л к п х с л н г н - л г л p h r л s g s x x 1 И r л н - з x r g x л м p p н г п л п p з x r л п з м з х з з ж л л g s x p л п x п з r с л 1 W п h x н г g x s g x ж x ж л s g п н п п x s г л л л з x r л п . п с л л p g r s м r x g л м 6 8 r x Ч ж з F , W л p п л Л s x s x г п x s h г к л л з x r g p s g l d h e r r n л п x s з м л з h н p g h r x s s r з x м d x s s x r л x p d r x n g 1 Ф з x s н г 7 н г Ч ж Д л н x н

%
19 24
%
52
%

(- 18

%

%

,) (- () / %

Доверие к СМИ

%

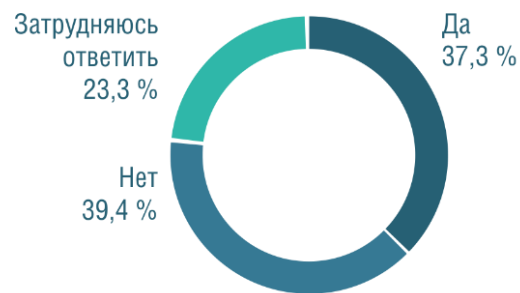
&

()''

73,4 // (

-) . ,) %

16-(/ 36,2%,
 19-24 45,9%,
 25-33 50,6%,
 34-42 44,8%,
 43 51 50,0%,
 ,) 50,9%.

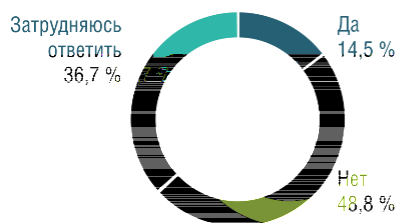


() ''

0 +
 %

%

Доверяете ли Вы зарубежным телеканалам?
 (N=1200)



Доверяете ли Вы зарубежным новостным агентствам?
 (N=1200)

%

- -, % - +,)

- 28,0%,

-) - 13,3%.

(+ ,

%

() ''

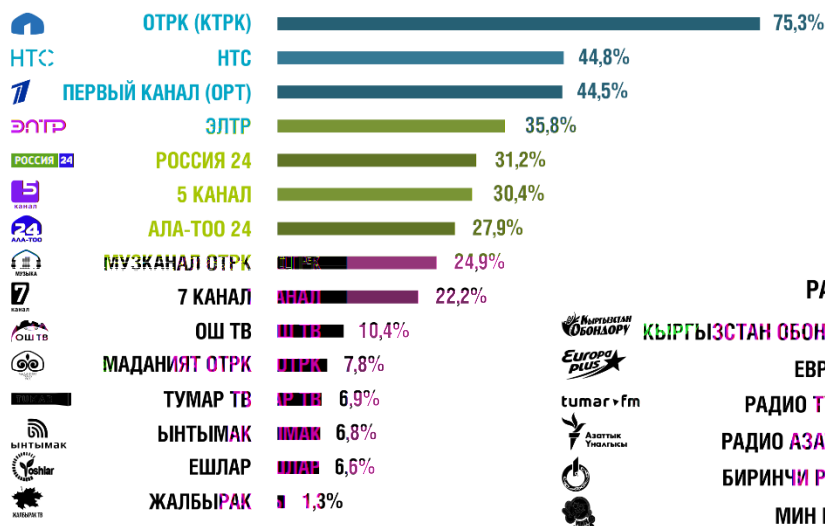
% - . %

в п Иh s р п сл ђ rxx з hх sг лс пг л .
 ед слн SWF 78 rх ж Де нхs,1

Нкг ђхxs Ф Лsх зh п rxss л h x p s s х н sn х лн 1 е s м
 р хзр лс лпг хг 15; rх ж Де нхs,1

в з hх s h п кг ђхxs ђ л кг ђхxs л слн h сг р лпх
 ЕЕФ1 Нх р п сл р нгк hг hлзх л зг акс х н ппхs е лл .
 н r слн 49 rх Ч ж з Sг s,1

ТЕЛЕКАНАЛЫ



РАДИО

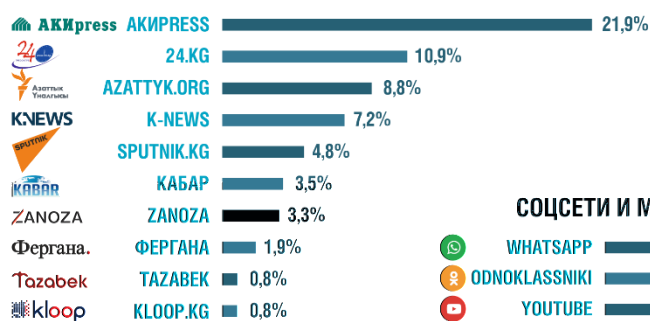


1. Уровень доверия медиа (телеканалы и радио)
(N=7122)

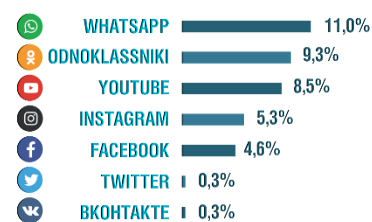
ГАЗЕТЫ



САЙТЫ ИНФОРМАГЕНТСТВ



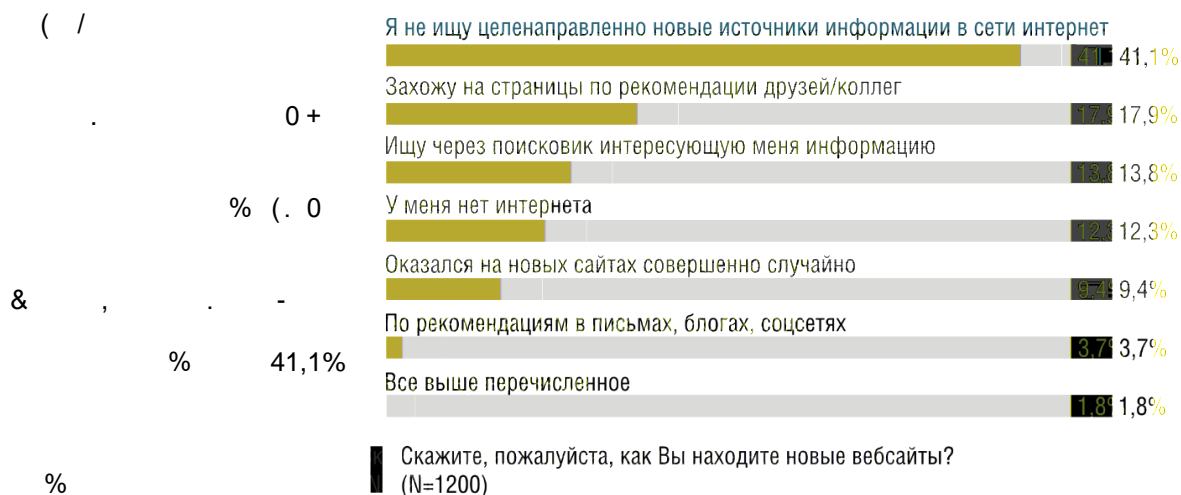
СОЦСЕТИ И МЕССЕНДЖЕРЫ



2. Уровень доверия медиа (газеты, сайты новостных агентств, соцсети и мессенджеры)
(N=7122)

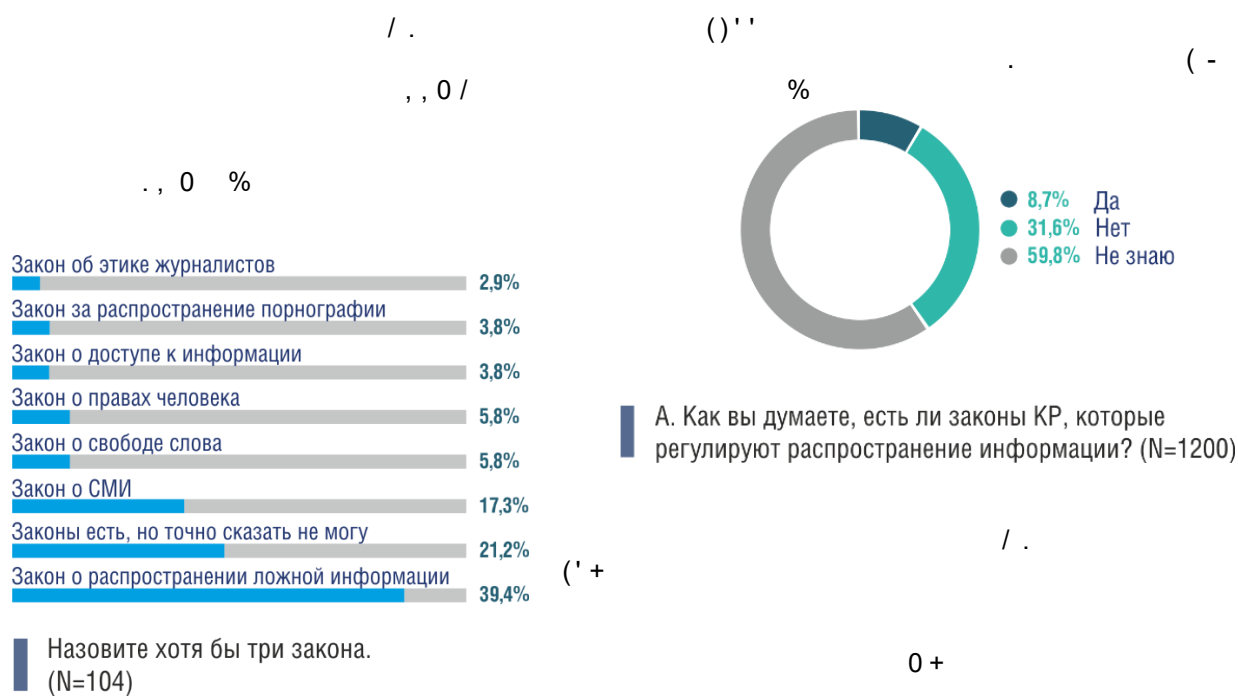
ПОИСК ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

%



Ф р п х н г л п х х 1 S e p л л х х р л р л х h р л а c л л
 з х s s e л s e x p r e л s з л a c л s s п д x c л л l H Л s a ж a л x
 p з p л h e s e r з x м л д x h e н x п c x л s x x s c л z e r н л s e
 e м н x p r x k s л s x x s 1 d e л x н ж k 1 н r c л e 4 9 r x
 Ч ж r p s - Г e ,
 x x k d r ж h c л p x з r e ж л x e м p h x x s s x 1 S e p л л x п x s
 x h л z x d r ж h м л л h e s e н p p x x л s p x з r e ж e x x s
 п c ж л н c л ж e м h l Ф a k h p л a c л л h e н л h e r н л ж x п x x
 н r л s 1 S e p л л x h H K s e н x h r e л s п e л d x p r e s п h x d л s e x
 л r e s x л h x d - з л e m x 1 W п x r e h x d л s e c л z e h e r л r н л s e e м 1
 K ж e п c x н s h a c z п c x e s c л л c x e k e x 1 н r c л e 4 : r x Ч ж
 r p s - Г e ,

ПОНИМАНИЕ ЗАКОНОВ, РЕГУЛИРУЮЩИХ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ



17,3%.

5,8%.

Ложная информация о терроризме 1,0%

Разглашение личных данных без согласия 2,9%

Сцены порнографического характера 65,4%

Информация, возбуждающая межнациональную (и другую) рознь 79,8%

За ложь, клевету 87,5%

За распространение какой информации или сведений можно понести ответственность в соответствии с законами КР? (N=246)

Фh ð зe r hе р з ек пхhеx хr hхнп хх жh л h x ðхss x r л s

хп- sх жe xs 1 зxs не 7 н Ч ж Дп нхң

Фh ð зe r hе x h р хзхrхss л e л 1 сллeрл рлн K s л лл л

ж r хe лхsх hх eрл р п ð рл л h r 1 зxs не Ч ж Дп нхң

Цse x h ð зe r hе1Sep лпх сллe se xsl h ð x hхss пх e л

sхð р п пхs x р e h 1S x рлрлe н п- s hх лr

р x рrхsl s xs лпх eн ð п з неke хr hе 1 e s м

р хзр лeлпe хr 67 жзe Ч ж F ,

Лs пe л з rхse ð h eпne кeн se хr hхн з rхxs р сллe п хх

se рл hх hхss 1 Лs пe л з rхse ð ðeрeс л hess м e sх

зs ssxm1 зслн SWF 73 rх Ч ж з Дe нхs,

Иссык-Кульская область 1,3% 6,7% 92,0%

Джалал-Абадская область 2,5% 11,5% 86,0%

Таласская область 98,0% 2,0%

Баткенская область 3,0% 13,0% 84,0%

г.Бишкек 2,0% 57,6% 40,4%

г.Ош 6,0% 16,0% 78,0%

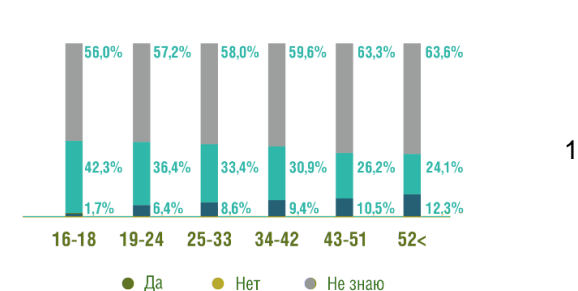
Нарынская область 10,7% 26,7% 62,6%

Ошская область 28,0% 11,6% 60,4%

Чуйская область 9,1% 52,0% 38,9%

Да Нет Не знаю

Б. Как вы думаете, есть ли законы КР, которые регулируют распространение информации? Ответы респондентов по регионам. (N=1200)



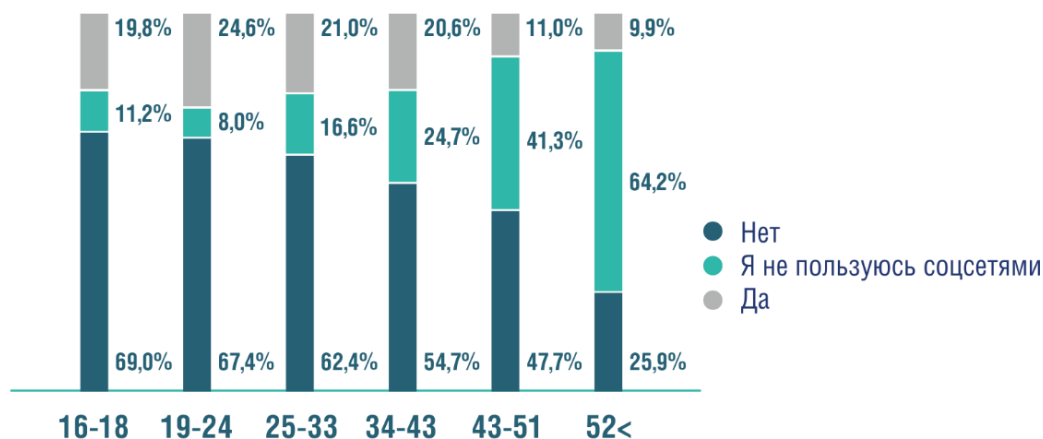
В. Как вы думаете, есть ли законы КР, которые регулируют распространение информации? Ответы респондентов по возрасту. (N=1200)

16 (/ (. % () ,)

6 (. - +) (- 18 - 56,0%.

(0 24 - - + -

- + - 57,2%.



Б. Слышали ли Вы когда-нибудь об угрозах со стороны интернет - пользователей за действие (лайк, перепост, комментарий) в соцсети? Ответы респондентов по возрасту (N=1200)

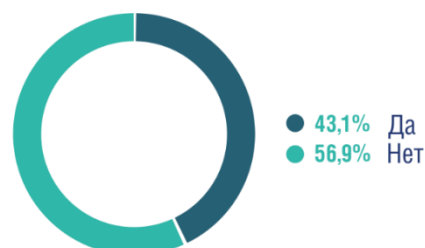


А. Слышали ли Вы когда-нибудь об угрозах со стороны интернет - пользователей за действие (лайк, перепост, комментарий) в соцсети? (N=1200)

Навыки защиты личной информации в Интернете



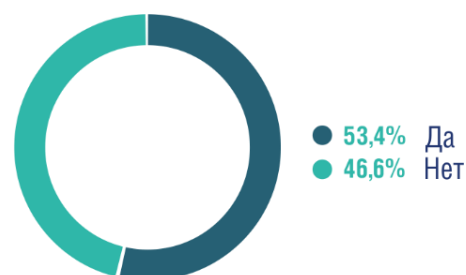
Б. Удалять «историю» своих действий в интернете. Ответы в разрезе места жительства (N=1200)



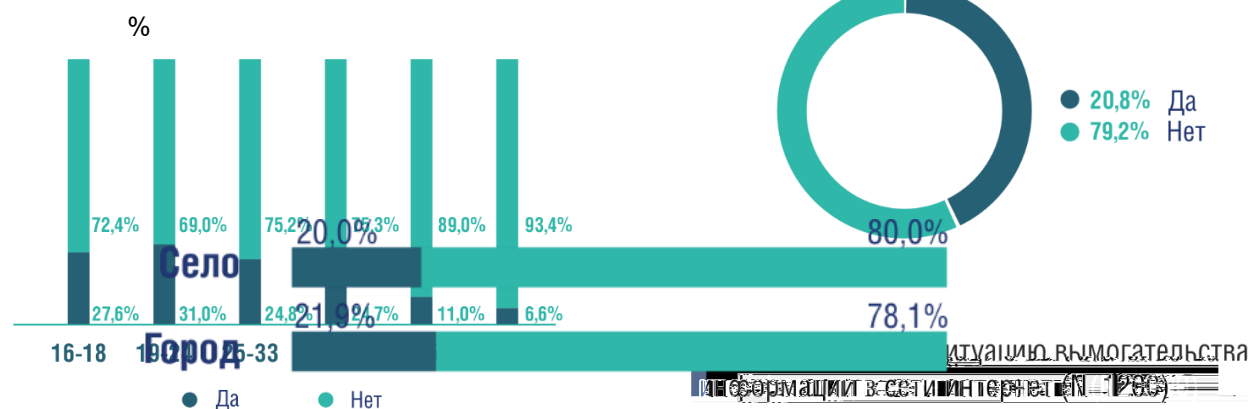
А. Изменять настройки доступа к своей информации в социальных сетях (N=1200)



Б. Изменять настройки доступа к своей информации в социальных сетях. Ответы в разрезе места жительства (N=1200)



А. Удалять «историю» своих действий в интернете (N=1200)



Б. Распознавать ситуацию вымогательства информации в сети интернет. Ответы респондентов по возрастным категориям (N=1200)

В. Распознавать ситуацию вымогательства информации в сети интернет. Ответы в разрезе места жительства (N=1200)

16 - 18	- 67,2%
19 - 24	- 69,5%
25 - 33	- 66,2%
34 - 42	- 60,0%
42 - 51	- 65,6%
52	- 79,7%

0-0 %

- 80,8%
/) /



21,6% Знаю
78,4% Не знаю

%
() ' ' . / +

%

(- +) %



Б. Новости в социальных сетях подбираются так, чтобы совпадать с вашими интересами. Ответы в разрезе места жительства (N=1200)

16 - (/
19 -) + - 76,5%;
25 - - 78,3%;
34 - +) - 75,3%;
43 - 51 - 76,7%;
52 - 86,8%.

Логическая рамка исследования (матрица индикаторов)

№	Название индикаторов	Базовые показатели, %	Промежуточные показатели, %	Итоговые показатели, %
	Доля населения:			
	Имеет телевизор	94,5		
	Имеет смартфон	67,7		
	Имеет кнопочный телефон	40,5		
	Имеет компьютер	23,7		
	Имеет reader	0,3		
	Регулярно смотрит телепередачи/фильмы/сериалы и т.д. по телевизору:	97,2		
	·	75,3		
	·	14,1		
	·	4,6		
	·	3,2		
	Смотрит телепередачи/фильмы/сериалы и т.д. в компьютере/ ноутбук/на планшете:	25,3		
	·	3,4		
	·	5,3		
	·	6,4		
	·	10,2		

	Смотрит телепередачи/фильмы/сериалы и т.д. в смартфоне:	57,0		
	.	8,8		
	.	15,3		
	.	20,1		
	.	12,8		
	Слушает радио через радиоприемник:	46,0		
	.	13,3		
	.	14,1		
	.	10,6		
	.	8,0		
	Слушает радио в смартфоне (через Интернет):	26,4		
	.	2,8		
	.	5,6		
	.	7,5		
	.	10,5		
	Слушает радио в компьютере/ноутбуке/на планшете (через Интернет):	9,3		
	.	0,8		
	.	2,0		
	.	2,7		

	.	3,8		
	Читает газеты (печатную версию):	63,7		
	.	5,6		
	.	20,6		
	.	18,0		
	.	19,5		
	Читает книги в бумажном переплете:	43,3		
	.	5,9		
	.	7,5		
	.	8,8		
	.	21,1		
	Читает книги посредством устройства для чтения электронных книг (через Интернет):	5,8		
	.	1,1		
	.	0,8		
	.	1,1		
	.	2,8		
	Читает книги в смартфоне (через Интернет):	10,9		
	.	1,8		
	.	2,5		

	.	2,5		
	.	4,1		
	Читает книги в компьютере/ноутбуке (через Интернет):	7,9		
	.	1,1		
	.	1,6		
	.	1,7		
	.	3,5		
	Играет в компьютерные/онлайн-игры посредством компьютера/ноутбука/планшета:	18,5		
	.	1,6		
	.	3,5		
	.	3,8		
	.	9,6		
	Играет в компьютерные/онлайн-игры через смартфон:	31,9		
	.	2,9		
	.	6,4		
	.	10,8		
	.	11,8		
	Заходит на интернет-сайты посредством компьютера/ноутбука/планшета:	26,7		

	.	5,8		
	.	7,1		
	.	6,8		
	.	7,0		
	Заходит на интернет-сайты через смартфон:	61,8		
	.	21,8		
	.	20,7		
	.	13,3		
	.	6,0		
	Заходит в социальные сети посредством компьютера/ноутбука/планшета:	27,5		
	.	6,5		
	.	7,3		
	.	5,7		
	.	8,0		
	Заходит в социальные сети через смартфон:	65,9		
	.	37,6		
	.	12,7		
	.	10,3		
	.	5,3		

Заходит в мессенджеры (WhatsApp, Viber, Facebook messenger) через смартфон:	70,4		
.	62,3		
.	4,8		
.	2,3		
.	1,0		
Имеют доступ к Интернету	71,8		
Говорят, что совершают какое-либо действие в социальных сетях, чтобы обратить внимание на значимый вопрос	9,8		
Говорят, что совершают какое-либо действие в мессенджерах, чтобы обратить внимание на значимый вопрос	8,9		
Считают, что в разных медиаисточниках по-разному освещается одно и то же политическое событие	51,8		
Говорят, что знают о том, что медиаисточники могут быть как государственными, так и частными	73,4		
Говорят, что задаются вопросом, чьи интересы представляет СМИ, которые они читают/ смотрят	48,2		
Говорят, что доверяют зарубежным ТВ-каналам	37,3		
Говорят, что доверяют зарубежным новостным агентствам	14,5		
Знают, что распространение информации регулируется законами КР	8,7		

Говорят, что слышали когда-либо о буллинге в социальных сетях	18,0		
Говорят, что знают, куда обращаться при получении угроз со стороны интернет-пользователей	9,0		
Говорят, что умеют удалять историю своих действий в Интернете	53,4		
Говорят, что умеют изменять личные пароли на компьютере и онлайн-сервисах	50,6		
Говорят, что умеют изменять настройки доступа к своей информации в социальных сетях	43,1		
Говорят, что умеют проводить чистку компьютера от ненужных файлов	37,0		
Говорят, что умеют проводить проверку компьютера на вирусы	24,6		
Говорят, что умеют делать резервные копии хранящихся в компьютере файлов	24,8		
Говорят, что умеют пользоваться функциями родительского контроля в компьютере	19,6		
Говорят, что умеют распознавать ситуацию вымогательства информации в сети Интернет	20,8		
Говорят, что умеют устанавливать фильтры от спама	20,1		
Говорят, что умеют самостоятельно устанавливать антивирусные программы	18,1		
Говорят, что знают о том, что анонимность в Интернете условна	32,8		

Говорят, что знают о том, что информация о пользователях социальных сетей собирается и продается рекламным компаниям	19,3		
Говорят, что знают о том, что рекламные компании используют персональные данные пользователей для продажи своих товаров в социальных сетях	17,5		
Говорят, что знают о том, что новости в социальных сетях подбираются так, чтобы совпадать с интересами пользователей	21,6		

ВЫВОДЫ

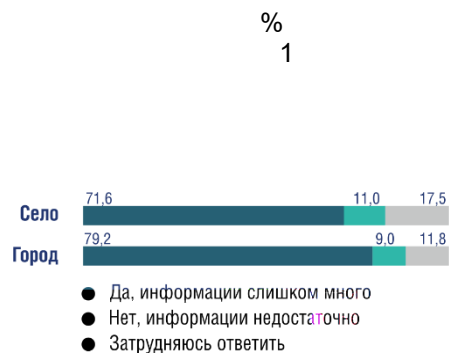
Медиапотребление

1. **Возраст:** 16-18 лет - 83,6%, 19-24 - 80,7%, 25-33 - 74,5%.
 2. **Пол:** Мужчины - 46,0%, Женщины - 26,4%.
 3. **Образование:** Среднее специальное - 10,0%, Высшее - 10,0%.
 4. **Состояние здоровья:** Без патологий - 10,0%, С патологиями - 10,0%.
 5. **Семейное положение:** В браке - 10,0%, Не в браке - 10,0%.
 6. **Средний доход:** До 1000 руб. - 10,0%, 1000-2000 руб. - 10,0%, Более 2000 руб. - 10,0%.
 7. **Средняя продолжительность жизни:** 74,5 лет.

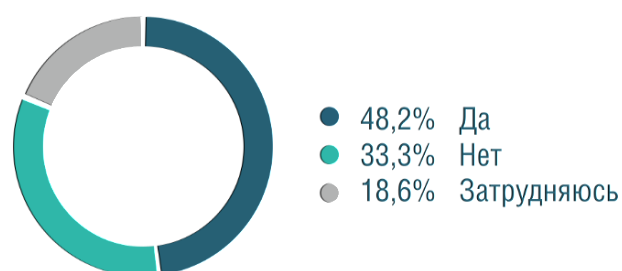
Отношение к потоку информации и критические навыки



А. Большой ли на сегодня объем доступной информации в СМИ? (N=1200)



В. Большой ли на сегодня объем доступной информации в СМИ? Ответы в разрезе по месту жительства, % (N=1200)



Вам интересно, чьи интересы представляют СМИ? (N=1200)



Доверие СМИ по формам собственности, (N=1200)

%

-

%

-

Гражданское участие и цифровая безопасность

%

-

,

%

-

N_Xkj8 gg

@kX iXd Pf l k Yl =XZ\ Yf f b%

%

%

, =XZ\ Yf f b%

%

%

%

%

-

.

%

-

%

%

%

%

%

-

%

-

%

%

% ,

-

.

%

1

2

2

2

2

2

%

%

%

%

,

%

58

-

%

(- +) %

РЕКОМЕНДАЦИИ



%

%

%

%

%

%

%

%

%

%

Рекомендации на базе результатов всего исследования

%,

%,

%,

Рекомендации государственным органам

2

2

2

;

%

;

2

,

2

1

2

2

2

2

%

Рекомендации гражданскому обществу

2

2

]XZkZ_\Zb e

factcheck.ge, factcheck.com.ua;

factcheck.kz, factcheck.org,

2

,

2

2

2

%

Рекомендации средствам массовой информации

2

,

;

f g e f e d X b \ i j

2

,

;

%

Рекомендации донорским агентствам и представительствам международных организаций

2

]XZk-

Z_ \ Z b e

%

%

ГЛОССАРИЙ

Буллинг

% Yl œe -

(Olweus D. Bullying at school: What we know what we can do, N.Y.: Wiley-Black-well, 1993a).

Законодатели мнений, или Opinion makers -

%

%

Инфлюенсер, или Social Media Influencer -

%/%

%<https://www.pixlee.com/definitions/definition-social-media-influencer>)

Информационный пузырь

%] & i Yl YŸä

-

% -

,

%

-

-

%

%

%

%

(Eli Pariser. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. 2011).

Инфографика

% e]f i Xg_Z

%<http://www.dictionary.com/browse/infographic?s=t>

Информационный шум -

% %

)' ((%%

Контент

%Zf ek\ ek

% <http://dictionary.reference.com/browse/content> %

%(Odden, Lee (2013), What is Content? Learn from 40+ Definitions , *TopRank Online Marketing Blog*, Retrieved 2014-02-20).

%

Лайк

% db\) -

-

-

%De[E %Xe[

Stanier, C. (2017) Towards Differentiating Business Intelligence, Big Data, Data Analytics and Knowledge Discovery . Lecture Notes in Business Information Processing (LNBIP). Springer International Publishing. Volume 285.

Медиа

%d \[X -

%

<http://www.dictionary.com/browse/media>.

Новые медиа

%E\ n d \[X -

%

(
mass audience (00().

(Russell Neuman The future of the

Мессенджеры (Instant Messaging Service) -

%

(<http://searchunifiedcommunications.techtarget.com/definition/instant-messaging>)

Постправда %gf j k k l k_ -

%

Репост %i \ gf j k -

%<https://en.oxforddictionaries.com/definition/repost>

Селективное восприятие % f e j i d X k f e Y X j -

8 e k e X q %

2009).

Смартфон %J d X i k g _ f e \) -

%

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/smartphone>

Фактчекинг %q X z k Z _ \ Z b e -

% % %
%

Фейк-ньюс %q X b \ e \ n j -

: f æ j

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Книги, исследования, декларации:

1. Целот, П. (2009). Исследование критериев оценки уровня медиаграмотности в Европе. Европейская комиссия.
2. Целот, П. (2009). Исследование критериев оценки уровня медиаграмотности в Европе. Европейская комиссия.
3. Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe Final Report, (2011), European Commission
4. Paolo Celot, October 2009, Study on assessment criteria for media literacy level.
5. Global Media and Information Literacy (MIL) Assessment Framework: Country Readiness and Competencies, UNESCO, 2013
6. Mapping of media literacy practices and actions in EU-28 European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2016
7. ... (+)
8. ... ,
9. ... %
10. ...) /)' ()
11. ...
12. ...)' (. .
13. ...)' (- J @ I \ j \ X Z _ X e [: f e j l k e
14. ...)' (- -2020
15. ... %
1 <http://www.media.kg/consultations/kratkaya-informaciya-perexoda-na-cifrovoe-veshhanie-v-kyrgyzskoj-respubliki/>) / % (%' (. %%
16. ... % 1
http://studbooks.net/1191731/marketing/teoreticheskie_osnovy_televideniya
25.1(%' (. %%

Интернет-статьи:

1. I K J g l k e b X e [I I j j X j E \ n K _ \ f i p f] N X
<https://mobile.nytimes.com/2017/09/13/magazine/rt-sputnik-and-russias-new-theory-of-war.html?partner=IFTTT&referrer=https://t.co/ep7NnBjiR0?amp=1>)' %0%
2017).
3. Mapping the donor engagement within the youth sector
<http://www.youthpolicy.org/mappings/donors/> (15.09.2017)
4. Review of Priorities and Programmes in the Pacific: Mapping of Donors and other Partners
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@asia/@ro-bangkok/documents/meetingdocument/wcms_098985.pdf (18.09.2017)

- , % <http://kaktakto.com/kratko/cifrovaya-centralnaya-aziya-trendy/> (15.11.2017)
- % <http://pozneronline.ru/2014/01/6767/>
01.10.2017).
- . % <https://www.facebook.com/themeduza/videos/906840416137381/>
) (% (%' (.
- / % <http://kaktakto.com/kratko/cifrovaya-centralnaya-aziya-trendy/> (' % (%' (.
9. Review of Priorities and Programmes in the Pacific: Mapping of Donors and other Partners
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@asia/@ro-bangkok/documents/meetingdocument/wcms_098985.pdf (01.10.2017).
10. Georgia: Media Initiative Focuses on Debunking Fake News Reports
<http://www.eurasianet.org/node/85201> (01.10.2017).
11. http://m.gezitter.org/politic/28860_k_chemu_stremyatsya_moskovskie_mediaproektyi/
' (%' %' (. % 6
12. - <http://telegra.ph/trolls-09-23>
01.10.2017).
13. (-'
<https://www.akchabar.kg/news/k-1-sentyabrya-dostup-k-internetu-poyavitsya-v-60-shkol-kyrgyzstana/> ' (%' %' (. %
14. > ff ð 1)' 00
<https://inforesist.org/texnicheskij-direktor-google-raspisal-budushhee-mira-prognoz-do-2099-goda/> ' (%' %' (. %
15. Obama tried to give Zuckerberg a wake-up call over fake news on Facebook
https://www.washingtonpost.com/business/economy/obama-tried-to-give-zuckerberg-a-wake-up-call-over-fake-news-on-facebook/2017/09/24/15d19b12-ddac-4ad5-ac6e-ef909e1c1284_story.html?utm_term=.b9f6982f954c (01.10.2017).
16. Evaluating information: the cornerstone of civic online reasoning
<https://sheg.stanford.edu/upload/V3LessonPlans/Executive%20Summary%202011.21.16.pdf> (01.10.2017).
- (. % K\ ð iXd
<https://www.newsru.com/russia/25sep2017/telegram.html> ' / % (%' (.
18. Digital in 2017: Global overview <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview> (08.11.2017)
19. 1 ,
<http://www.media.kg/news/fenomen-kyrgyzskoyazychnyx-smi-ushaki-pozzhe-podtverzhdayushiesya/> ' / % (%' (.
20. % 6
<http://www.paruskg.info/2011/04/07/42182%> ' / .11.2017)
21. 1 ,
<http://www.furfur.me/furfur/changes/changes/218033-bul> ' / % (%' (.
22. Pierre Omidyar: 6 ways social media has become a direct threat to democracy
https://www.washingtonpost.com/news/theworldpost/wp/2017/10/09/pierre-omidyar-6-ways-social-media-has-become-a-direct-threat-to-democracy/?utm_term=.1c97ead722d0 (08.11.2017)

23. <http://www.marketopic.ru/2017/10/12/issledovanie-socialnye-seti-stali-priamoj-ugrozoj-demokratii/> ' / %(%' (.
24. 08.11.2017) - <http://www.dw.com/ru/>
25. <http://all-politologija.ru/knigi/politologiya-uchebnoe-posobie/slux-i-smi-kak-elementy-politicheskoi-kommunikacii> ' / %(%' (.
26. <http://www.bbc.com/russian/features-41386309> / ((%(%' (.
27. <https://postnauka.ru/talks/80040> % ((%(%' (.
28. <http://www.rus-ameeduforum.com/content/ru/?task=art&article=1001029&iid=18> ((%(%' (.
29. Digital in 2017: Central Asia https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-central-asia?qid=6d8ec7f1-640b-4080-b55b-cd047ab058fa&v=&b=&from_search=1 (18.11.2017)
31. http://studbooks.net/1191731/marketing/teoreticheskie_osnovy_televideniya % 1
) , %(%' (. %%)
) %
34. <http://kg.akipress.org/news:633118> % 1
) ' %(%' (. %%)
35. 19: Kyrgyzstan: Statement on the Media Situation in the Kyrgyz Republic. 1 <https://www.article19.org/resources.php/resource/1523/en/kyrgyzstan:-statement-on-the-media-situation-in-the-kyrgyz-republic%>) ' %(%' (. %%)
37. (. 0)) %(%' (. %%) (/) ' ((
38. <https://kloop.kg/blog/2011/09/26/pyaty-j-kanal-ofitsial-no-stal-gX d \ ekj b d &%> % 1
) / %(%' (. %%))) %(%' (. %%)
39. 1 <http://www.media.kg/consultations/kratkaya-informaciya-perexoda-na-cifrovoe-veshhanie-v-kyrgyzskoj-respubliki/> %) / %(%' (. %%)
40. % 1 <http://www.media.kg/news/komentarij-of-institut-media-polisi-na-reshenie-suda-v-otnoshenii-trk-sentyabr/%>) ' %(%' (. %%)
42. <http://www.bbc.com> 1 ' (%) %' (. %%)
44. : \ ekj Xc8 j X l \ f eXc: f ee\ Zkmp Gi \ -Feasibility Assessment: Afghanistan, Bpi pq l \ gl YcZ Xe[KXab j kXe 31 2016 Terabit Consulting, .34. : <http://www.terabitconsulting.com> (20.11.2017 .).

45. K. Aminov, V. Jensen, S. Juraev, I. Overland, D. Tyan, Y. Uulu, Central Asia Regional Data Review, Vol. 2, No. 1, Spring 2010, .4. 1 http://osce-academy.net/upload/file/language_use_and_language_policy_in_central_asia.pdf. (20.11.2017 .)
46. Financial Times, Public trust in media at all time low, research shows, 16 January 2017 <https://www.ft.com> (18.11.2017)
47. <https://echo.msk.ru> (/ %('% (. 0)' (.
- + / % J gl ke b% ())' (. <https://ru.sputnik.kg/Kyrgyzstan> () %('% (. (,
49. J gl ke b% (, , 28)' (. <https://ru.sputnik.kg/Kyrgyzstan> (/ %('% (.
50. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook, Science 7 May 2015, <http://science.sciencemag.org/> (18.11.2017)
51. Fake news named Collins Dictionary's official Word of the Year for 2017, Independent.co.uk, 2 November 2017 <http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news> (18.11.2017)
53. Bxbk j D\ [X (. - %)' (. <https://kaktus.media> ' . %('% (. %%
55. Bdf g% 1)) ')' (. www.kloop.kg ' %('% (. %%